

Europäische Hochschulschriften

Publications Universitaires Européennes
European University Studies

Reihe XXIII

Theologie

Série XXIII Series XXIII

Théologie
Theology

Bd./Vol. 296



PETER LANG

Frankfurt am Main · Bern · New York

Bernhard Laux

Die institutionelle Ordnung
der Massenkommunikation
aus sozioethischer Sicht



PETER LANG

Frankfurt am Main · Bern · New York

75/RL 3080 L 94

CIP-Kurztitelaufnahme der Deutschen Bibliothek

Laux, Bernhard:

Die institutionelle Ordnung der Massenkommunikation
aus sozioethischer Sicht / Bernhard Laux. —

Frankfurt am Main ; Bern ; New York : Lang, 1986.

(Europäische Hochschulschriften : Reihe 23,

Theologie ; Bd. 296)

ISBN 3-8204-0013-3

NE: Europäische Hochschulschriften / 23

Univ.-Bibliothek
Regensburg

C

ISSN 0721-3409

ISBN 3-8204-0013-3

© Verlag Peter Lang GmbH, Frankfurt am Main 1986

Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsge-
setzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das
gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfil-
mungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen
Systemen.

Printed in Germany

MEINEN ELTERN

VORWORT

Die Entwicklung neuer Kommunikationstechniken und die damit einhergehende Veränderung der Medienstruktur hat eine gesellschaftliche Diskussion über Fragen der Medienpolitik in Gang gesetzt. Diese Auseinandersetzung bringt ein wachsendes Bewußtsein der Bedeutung zum Ausdruck, die einer guten Ordnung der Massenkommunikation zukommt. Von ihrer Qualität werden die Handlungsmöglichkeiten in anderen sozialen Bereichen, besonders in der Politik, beeinflußt. Auch die Verwirklichung grundlegender Werte, wie Freiheit und Gleichheit, wird von ihr mitbestimmt. Dieser hohe Stellenwert der Massenkommunikation für die Verwirklichung einer humanen Gesellschaft begründet die Notwendigkeit, das traditionelle Themenspektrum der Christlichen Soziallehre um die Reflexion dieses gesellschaftlichen Subsystems zu erweitern.

Die vorliegende Arbeit geht der Fragestellung nach, wie eine gute gesellschaftliche Ordnung der Massenkommunikation beschaffen sein muß und welche der gegenwärtig propagierten institutionellen Strukturen sie möglichst weitgehend realisiert. Die Gestaltung der binnenkirchlichen Kommunikation und die Nutzung der Massenmedien durch die Kirche für die Erfüllung ihrer Aufgaben ist nicht Thema, wenngleich natürlich die Grenzen des sozialetisch zu verantwortenden Mediengebrauchs den Rahmen abstecken, in dem allein sich die Nutzung der Massenmedien auch und gerade durch die Kirche vollziehen kann. Darüber hinaus ist zu hoffen, daß die Reflexion der gesellschaftlichen Bedeutung und der institutionellen Strukturen der Massenkommunikation Erkenntnisse und Anregungen abwirft, die für die Ausgestaltung der Kommunikationsformen in der Kirche als "societas" von Gewinn sind. Dieser Transfer, der spezielle

ekklesiologische Erörterungen voraussetzt, soll hier allerdings nicht geleistet werden.

Diese Arbeit wurde unter dem Titel "Ordnungsmodelle der Massenkommunikation - Analyse und sozialetische Bewertung" von der Fakultät Katholische Theologie der Universität Bamberg als Dissertation angenommen. Erstgutachter war Prof. Dr. Norbert Glatzel, das Zweitgutachten erstellte Prof. Dr. Volker Eid. Für die Erfüllung dieser doch recht zeitaufwendigen Verpflichtung sei ihnen herzlich gedankt. Für den Druck wurden in geringem Umfang Korrekturen und Präzisierungen vorgenommen.

Eine Dissertation ist zwar, wie man durch Unterschrift bestätigt, eine eigenständig verfaßte Arbeit; sie ist aber keinesfalls eine autarke Leistung. Viele haben zu ihrer Entstehung auf sehr verschiedene Weise beigetragen oder hatten unter der Arbeit an ihr zu leiden. Ihnen soll hier der Dank ausgedrückt werden.

Meiner Frau und meinem Sohn danke ich dafür, daß sie den Entzug von Zeit und Aufmerksamkeit, den eine solche Arbeit mit sich bringt, ertrugen. Meinem Lehrer und Doktorvater, Herrn Prof. Dr. Norbert Glatzel, danke ich für die Sicherung der materiellen Voraussetzungen dieser Arbeit durch die Stelle eines Wissenschaftlichen Mitarbeiters, für seine ständige Gesprächsbereitschaft und seine Anregungen. Herrn Prof. Dr. Volker Eid danke ich für die Möglichkeit des Austausches in seinem Doktorandenkolloquium und Herrn Prof. Dr. Manfred Rühl für die Gesprächsmöglichkeit mit ihm und seine Hinweise. Für die kritische Durchsicht von Entwürfen bin ich Frau Gertraud Dippold-Meisen und den Herren Fritz Dechant, Walter Reck und Dr. Dieter Schütz zu Dank verpflichtet. Am Ende gab Frau Else Galeffi-Schloetzer mit großer Sorgfalt und in selbstlosem Einsatz dieser Arbeit ihre sichtbare Gestalt, wofür ihr ein ganz besonderer Dank gebührt.

Bernhard Laux

INHALTSVERZEICHNIS

	Vorwort	
1.	Einleitung	1
1.1	Legitimität und Notwendigkeit einer theologischen Auseinandersetzung mit den Ordnungsstrukturen der Massenkommunikation	1
1.2	Der Gegenstand dieser Arbeit	8
1.3	Ethischer Ansatz	13
1.4	Überblick über den Argumentationsgang der Arbeit	20
	 I. Teil: Grundsätzliche Überlegungen zur gesellschaftlichen Bedeutung und Aufgabe der Massenkommunikation	 23
2.	Die gesellschaftliche Bedeutung und Aufgabe der Massenkommunikation im Verständnis der kirchlichen Lehre - Stationen der Entwicklung im 19. und 20. Jahrhundert	24
2.0	Zur "Vorgeschichte" der Massenkommunikation - oder: der Verlust eines Monopols	24
2.1	Position I: Die Massenkommunikationsmittel im Dienste von "Wahrheit" und "Herrschaft" - oder: Die Ablehnung von Meinungs- und Pressefreiheit und die Forderung nach Zensur	26
2.1.1	Hintergrund	26
2.1.2	Verständnis der Massenkommunikation	28
2.1.3	Bewertung	31
2.2	Position II: Massenmedien als Propagandainstrumente - oder: die Forderung nach Unterstützung der "guten Presse"	32
2.2.1	Hintergrund	32
2.2.2	Verständnis der Massenkommunikation	34
2.2.3	Bewertung	36

2.3	Position III: Massenkommunikation unter dem Anspruch gesellschaftlicher Verständigung - oder: die Forderung nach Sicherung des Forumcharakters	3
2.3.1	Hintergrund	3
2.3.2	Ethik der Massenkommunikation in "Communio et progressio"	3
2.3.3	Bewertung	4
2.4	Ertrag und weiteres Vorgehen	4
3.	Die gesellschaftliche Bedeutung und Aufgabe der Massenkommunikation und die strukturelle Voraussetzung einer entsprechenden Leistungserbringung	4
3.1	"Herstellen von Öffentlichkeit" als Grundleistung des Massenkommunikationssystems	4
3.1.1	Zum Begriff "Öffentlichkeit"	4
3.1.2	Bedeutung der Öffentlichkeit	5
3.1.3	Historischer Wandel der Öffentlichkeit	5
3.2	Informationsfunktion	5
3.3	Artikulationsleistung	6
3.4	Kritik- und Kontrollfunktion	6
3.5	Die Funktion der politischen Sozialisation	6
3.6	Die politische Dimension unpolitischer Funktionen	7
3.7	Autonomie und Freiheit der Massenkommunikation als Voraussetzung der Leistungserbringung	7
3.7.1	Die Notwendigkeit der Autonomie	7
3.7.2	Der Sinn der Verbürgung der Medienfreiheit	7
3.8	Ertrag für den Fortgang der Arbeit	8
4.	Objektivität als inhaltliche Anforderung	8
4.1	Problemdimensionen publizistischer Objektivität	8

VII

4.1.1	Objektivität und Partikularität menschlicher Erkenntnis	85
4.1.1.1	Objektivität und Subjektivität	85
4.1.1.2	Objektivität und der soziale Charakter der Wirklichkeit	87
4.1.1.3	Konsequenz für die publizistische Objektivität	89
4.1.2	Objektivität und mediale Kommunikation	90
4.1.3	Objektivität und Medienstruktur	95
4.2	Kriterien von Objektivität	96
4.2.1	Orientierung am Ereignis: Richtigkeit und Vollständigkeit	97
4.2.2	Orientierung am gesellschaftlichen Pluralismus: Ausgewogenheit	99
4.2.3	Orientierung am Rezipienten: Verständlichkeit	102
4.3	Formen von Objektivität	106
4.3.1	Additive versus reduktive Objektivität, oder: Wieviel Subjektivität und Parteilichkeit ist erlaubt?	106
4.3.2	"Richtigkeits"- versus "ausgewogenheits"-orientierte Objektivität, oder: Wieviel Recherche ist nötig?	111
4.4	Ertrag und weiteres Vorgehen	116
II. Teil: Analyse und Bewertung der Ordnungsmodelle		119
5.	Privatwirtschaftliche Medienstruktur	120
5.1	Grundprinzip eines privatwirtschaftlichen Mediensystems	121
5.2	Ökonomische Gesetzmäßigkeiten unter Wettbewerbsbedingungen und ihre publizistischen Folgen	124
5.2.1	Wettbewerb auf zwei verbundenen Märkten	125
5.2.2	Folgen für die öffentliche Kommunikation	129
5.2.3	"Anpassungsjournalismus" - ein Vorwurf?	130

VIII

5.3	Pressekonzentration und lokale Monopole	133
5.3.1	Die Situation und ihre Ursachen	133
5.3.2	Folgen mangelnden Wettbewerbs	135
5.3.2.1	Positive Aspekte	136
5.3.2.2	Negative Aspekte	137
5.3.3	Mögliche Maßnahmen angesichts der Pressekon- zentration	141
5.3.3.1	Maßnahmen gegen den Konzentrationsprozeß	142
5.3.3.2	Vermehrung des Wettbewerbs unter den bestehen- den Zeitungen	143
5.3.3.3	Binnenplurale Sicherung der Meinungsvielfalt	145
5.4	Die Dominanz einer gesellschaftlichen Teil- gruppe im privatwirtschaftlichen Mediensy- stem als Gefährdung der freien gesellschaft- lichen Kommunikation	147
5.4.1	Verleger	148
5.4.2	Anzeigenkunden	153
5.5	Innere Pressefreiheit	159
5.6	Zusammenfassende Bewertung	163
6.	Öffentlich-rechtliche Medienstruktur	168
6.1	Grundprinzip des Öffentlich-rechtlichen Mo- dells	169
6.2	Gesellschaftliche Kontrolle	172
6.2.1	Das Problem der Repräsentation der Gesell- schaft in der Binnenstruktur der Rundfunkan- stalt	172
6.2.2	Die Organisation der gesellschaftlichen Kon- trolle	178
6.3	Einfluß der Parteien	180
6.3.1	Ansatzpunkte des Parteieneinflusses	180
6.3.2	Folgen des Parteieneinflusses	182
6.3.3	Ursachen der Dominanz der Parteien	185
6.3.4	Folgerungen	187

6.4	Staatsfreiheit	189
6.4.1	Die "Gubernative" als kritische Einwirkungs- instanz	189
6.4.2	Formen der Einflußnahme	191
6.4.2.1	Festsetzung organisatorischer Vorgaben	191
6.4.2.2	Vertretung des Staates in den Rundfunkgremien	192
6.4.2.3	Rechtsaufsicht und Finanzkontrolle	193
6.5	Wirtschaftliche Grundlagen und Probleme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	194
6.5.1	Zielsetzung öffentlich-rechtlichen Wirt- schaftens	194
6.5.2	Finanzierung	196
6.5.2.1	Gebühren	196
6.5.2.2	Werbung	199
6.6	Zusammenfassende Bewertung	203
7.	Vergleichende Bewertung des privatwirtschaft- lichen und öffentlich-rechtlichen Mediensy- stems und Plädoyer für ein gemischtes Medien- system als Konsequenz	206
7.1	Vergleichende Bewertung der beiden Ordnungs- modelle	206
7.2	"Publizistische Gewaltenteilung"	212
7.3	Anmerkung zum Topos vom "mündigen Bürger" und seinem Gebrauch in der Mediendiskussion	216
	III.Teil: Konsequenzen für die aktuelle Aus- einandersetzung um die Veränderung der Strukturen der Massenkommunika- tion in Verbindung mit der Einfüh- rung "Neuer Medien"	221
8.	Veränderungen der Ordnung der Massenkommunika- tion als Folge neuer Kommunikationstechniken	222
8.1	Möglichkeiten der Technik	223

8.1.1	Breitbandkabelnetze	224
8.1.1.1	Verteilnetz	224
8.1.1.2	Breitbandvermittlungsnetze	225
8.1.1.3	Leistungsfähigkeit des (Verteil)Kabelnetzes	226
8.1.2	Satelliten	227
8.1.2.1	Fernmeldesatelliten	227
8.1.2.2	Direktstrahlende Rundfunksatelliten	228
8.1.2.3	Leistungsfähigkeit	229
8.1.2.4	Rundfunksatellit, Fernmeldesatellit und Kabel - Konkurrenz und Komplementarität	231
8.1.3	Elektronische Textübertragung	232
8.2	Ökonomische Bedingungen	234
8.2.1	"Transportkosten" von Rundfunkprogrammen	234
8.2.2	Programmkosten	236
8.2.2.1	Lokale bzw. regionale Programme	236
8.2.2.2	Überregionale Programme	237
8.2.3	Finanzierung	239
8.2.3.1	Pay-TV, Werbe- und Gebührenfinanzierung im Leistungsvergleich	240
8.2.3.2	Realisierungschancen der verschiedenen Formen	243
8.3	Veränderung der Medienstruktur durch die Ent- stehung privatwirtschaftlichen Rundfunks	244
8.3.1	Kennzeichnung der neuen Rundfunkstruktur	245
8.3.2	Besonderheiten gegenüber der Situation der privatwirtschaftlichen Presse	247
8.3.2.1	Verstärkte Werbeabhängigkeit	248
8.3.2.2	Verschärfung des Konzentrationsproblems	249
8.3.3	Programmvermehrung und Vielfaltsanspruch	253
8.3.4	Regulierung eines privatwirtschaftlichen Rundfunks	259
8.3.5	Die Problematik eines dualen Rundfunksystems	261
8.4	Möglichkeiten der Weiterentwicklung nicht- kommerziellen Rundfunks durch die Nutzung neuer Kommunikationstechniken	266

XI

8.4.1	Nutzung der neuen Übertragungskanäle für die überregionale Kommunikation	266
8.4.2	Lokale Kommunikation	268
8.4.3	Die Situation der Massenkommunikation in ländlichen Gebieten	274
8.5	Zusammenfassende Wertung	277
9.	Kirchliche Medienpolitik angesichts der Neuen Medien	281
9.1	Die Position der Katholischen Kirche	282
9.1.1	Die Erklärung der publizistischen Kommission	282
9.1.1.1	Darstellung	283
9.1.1.2	Wertung der Stellungnahme	285
9.1.2	Die medienpolitische Position der baden- württembergischen Bischöfe	287
9.1.2.1	Darstellung	287
9.1.2.2	Wertung	291
9.1.3	"Grundpositionen einer kirchlichen Medien- politik"	292
9.1.3.1	Darstellung	292
9.1.3.2	Wertung	295
9.2	Die Position der EKD	298
9.2.1	Darstellung	298
9.2.2	Wertung	303
9.3	Anforderungen an eine kirchliche Medienpolitik	306
9.3.1	Sorgfältige Sachanalyse	307
9.3.2	Konsequent anwaltschaftliche Orientierung	308
9.3.3	Verteidigung des öffentlich-rechtlichen Rund- funksystems	309
9.3.4	Zurückhaltung bei der Beteiligung am privat- wirtschaftlichen Rundfunk	310
	IV. Schlußbemerkung	313

Abkürzungsverzeichnis	317
Anmerkungen	318
Verzeichnis wichtiger kirchlicher Texte	379
Literaturverzeichnis	381

1. EINLEITUNG

Die Katholische Soziallehre hat ihre "klassischen" Themenbereiche.¹ "Massenkommunikation" gehört ganz sicher nicht zu ihnen. Eine sozialetische Reflexion der gesellschaftlichen Strukturen der Massenkommunikation hat in der Theologie ein eindeutiges Defizit aufzuweisen, woraus man einerseits schließen könnte, daß das vielleicht kein legitimes oder jedenfalls kein wichtiges Thema für die Theologie ist, andererseits aber auch, daß hier möglicherweise ein Nachholbedarf besteht.

Die Legitimität und Notwendigkeit des Themas gilt es als erstes deutlich zu machen.

1.1 Legitimität und Notwendigkeit einer theologischen Auseinandersetzung mit den Ordnungsstrukturen der Massenkommunikation

In der Theologie geschieht durchaus eine Auseinandersetzung mit den Medien. So findet die rege publizistische Tätigkeit der Kirche in der Wahrnehmung ihres Verkündigungsauftrags ihre Widerspiegelung in der theologischen Beschäftigung mit dem Thema "kirchliche Medienarbeit".²

Auch unter ethischen Aspekten wird Massenkommunikation reflektiert. Dabei richtete sich allerdings die Aufmerksamkeit lange Zeit primär auf spezielle, als bedenklich eingestufte Inhalte, wie "Sex" und Brutalität³ sowie Verleumdung, Ehrabschneidung und Sensationshascherei und auf kirchenkritische und glaubensgefährdende, aber auch auf politisch "ungehörige" Darstellungen. Es wird kein Gesamtverständnis der Massenkommunikation erkennbar. Die ethischen Forderungen richteten sich an den Rezipienten, der "schlechte" Inhalte zu meiden, und an den Publizisten, der sie, sofern möglich, zu verhindern hat.⁴ Auch neuere ethische Ansätze von G.Virt und insbesondere von A.Auer sind - wiewohl vor allem letzterer auch die gesellschaftliche Bedeutung der Massenkommunikation bedenken will und sie in aller Kürze auch zureichend erfaßt⁵ - insofern individualetisch, als sie auf Weisungen an die Teilnehmer am Prozeß der Kommunikation zielen⁶ und eine po-

sitive Gestaltung der Massenkommunikation durch ein verantwortungsbewußtes Handeln der Beteiligten, insbesondere der Journalisten, aber auch der Rezipienten, zu erreichen suchen für das Normen formuliert werden.

Ein solches Vorgehen ist zweifellos berechtigt und notwendig; aber es genügt nicht.⁷ Journalistisches Handeln stellt sich als organisiertes Zusammenwirken einer Vielzahl von Menschen dar und spielt sich dementsprechend unter technologischen, organisatorischen, ökonomischen und sozialstrukturellen Rahmenbedingungen ab, die das Ergebnis des publizistischen Prozesses erheblich mitbestimmen. "Die Vorstellung eines autonom, primär auf Grund eigener Werte, arbeitenden und selektierenden Journalisten kann der Analyse von Nachrichtenproduktionsprozessen nicht mehr zugrunde gelegt werden."⁸ Es gilt also, die überindividuellen sozialen Voraussetzungen, Bedingungen und Gefährdungen einer ethisch verantwortbaren Gestaltung der Massenkommunikation zu berücksichtigen und die Warnungen von Vertretern makrosoziologischer Ansätze ernst zu nehmen: "Moral ist kein Mittel der Kontrolle für ein komplexes Sozialsystem. Moderner Journalismus widersteht der personalisierenden Moralisierung."⁹

Mindestens seit dem fruchtlosen Streit um "Gesinnungs- oder Zuständereform" als Ansatzpunkt für die Lösung der "sozialen Frage" ist klar, daß das ethische Bemühen des einzelnen nicht gegen die Verbesserung der Strukturen ausgespielt werden darf und umgekehrt. Das gilt auch für den Journalismus und die ethische Reflexion über ihn. Verantwortungsvolles und qualifiziertes Handeln des einzelnen Journalisten - oder auch Rezipienten - ist wichtig, aber es kann durch die sozialen Strukturen erleichtert, erschwert oder gar unmöglich gemacht oder um seine Wirksamkeit gebracht werden, wie umgekehrt eine gute Ordnung der Massenkommunikation ohne eine entsprechende ethische Qualität der Beteiligten zu keinem zufriedenstellenden

Ergebnis führt, obwohl sie natürlich auch Mängel des einzelnen Publizisten im Endergebnis teilweise ausgleichen kann.¹⁰ A.Auer betont, daß der "finis operis", das sachliche Wirkziel des Journalismus, der sich in der Sozialstruktur des Journalismus konkretisieren muß, auch vom einzelnen Handelnden als "finis operantis", als sachliches Wirkziel, zu internalisieren ist.¹¹ Journalismus funktioniert jedoch auch, wenn die individuelle Einstellung nicht eine perfekte Spiegelung der berechtigten gesellschaftlichen Anforderungen an den Journalismus darstellt. Objektivität beispielsweise kann sich bei geeigneter Medienstruktur auch einstellen, selbst wenn sich nicht alle Journalisten für ihre Arbeit diesem Postulat unterwerfen, wobei selbstverständlich andererseits in Übereinstimmung mit A.Auer vor einem zu weit gehenden Vertrauen in den Automatismus von Strukturen entschieden zu warnen ist.

Wenn man Journalismus "sowohl als persönliche, als auch institutionelle Praxis begreifen"¹² muß, dann ist sowohl die Suche nach ethischen Normen für das Handeln von Journalisten und Rezipienten als auch die ethische Auseinandersetzung mit den institutionellen Gegebenheiten der Massenkommunikation und das Bemühen um ethisch verantwortbare Strukturen notwendig. Die Theologen wären demnach nicht nur aufzurufen, "an der Entwicklung einer journalistischen Berufsethik mitzuwirken"¹³, sondern auch zu ermuntern, sich in der Diskussion um die Medienstrukturen im Interesse einer menschlichen und gerechten Gesellschaft zu beteiligen. In beiden Themenfeldern, die natürlich eng verflochten sind, da eine Berufsethik die institutionellen Rahmenbedingungen, die sich als Arbeitssituation konkretisieren, berücksichtigen muß, um nicht idealistisch zu sein, wie umgekehrt die "Institutionsethik" die personalen und ethischen Qualitäten bedenken muß, von denen sie ausgehen kann, ist noch viel zu leisten. Das gilt jedoch insbesondere für die ethische Reflexion der Medienstruk-

turen, die Aufgabe der katholischen Soziallehre wäre.¹⁴ Hier ist aber ein beinahe absolutes Defizit zu vermelden, während ganz im Gegensatz dazu von kirchlichen Stellen eine Reihe von Stellungnahmen zu dieser Thematik vorliegen: ansatzweise und noch recht allgemein in "Communio et progressio",¹⁵ aus konkretem Anlaß und teilweise recht dezidiert von kirchlichen Gremien in der Bundesrepublik Deutschland¹⁶ und in anderen Ländern. Hier hat die katholische Soziallehre im Dienste der Kirche grundlegende Reflexionsarbeit nachzuholen.

Aber ist die Frage nach den Ordnungsstrukturen der Massenkommunikation überhaupt ein Thema für die Theologie und nicht allein für Publizistik-, Politik-, Wirtschafts- und Rechtswissenschaft?

Man braucht in einer Erörterung im Rahmen der katholischen Soziallehre sicherlich nicht mehr zu begründen, daß der christliche Glaube und die christliche Praxis eine gesellschaftlich-politische Dimension haben. Das Fach selber ist der theologische Disziplin gewordene Ausdruck dafür. Zwar wird "von außen" der Kirche immer wieder zugemutet, sich auf das "Religiöse" zu beschränken, wie auch "von innen" von manchen Gruppen immer wieder eine "Politisierung" der Kirche beklagt. Beides geschieht vor allem dann, wenn die vertretenen politischen Positionen "ungelegen" sind. Aber es wäre doch ein schizophrenes christliches Handeln, wenn Christen einerseits dem Nächsten, dem Armen, in personaler Begegnung oder indirekt über eine karitative Organisation helfend und unterstützend zur Seite träten, und andererseits durch die gesellschaftlichen Strukturen, in die sie eingebettet sind, die sie mittragen und durch ihr "unpolitisches" Handeln reproduzieren, die Not dieses Nächsten gerade mitverursachen oder seine grundlegende Linderung verhindern würden. Die Verflechtung des einzelnen wie der Kirchen in diese Strukturen ist nicht (nur)

schicksalhaft, wiewohl diese Strukturen in ihrem objektiven Charakter widerständig und nicht in einem Willensakt, sondern nur in einem mühsamen, langwierigen und solidarischen Bemühen zu verändern sind.

Der Behauptung, daß "Massenkommunikation" ein ethisch und theologisch relevantes Thema ist, liegt weiterhin die Annahme zugrunde, daß von der Ausgestaltung der Organisationsform der Massenkommunikation Wirkungen ausgehen, die für das Gelingen menschlichen Lebens und Zusammenlebens von Bedeutung sind und die Realisierung einer freien und gerechten Gesellschaft beeinflussen. Die ethische Relevanz verschiedener Lebensbereiche und Sozialstrukturen ist in unterschiedlichem Ausmaß evident. "Im Bereich der Medien und der Massenkommunikation erscheinen die Dinge weniger dramatisch als in der Ökologie oder der Kernkrafttechnik. Das könnte täuschen; die Frage der Ethik im Medienbereich kann von ausschlaggebender Bedeutung sein, wenn wir das Wort ernst nehmen, daß die Demokratie sich durch die Medien und die Wahrnehmung ihrer Freiheiten erst konstituiert."¹⁷

Einer Ethik der Massenkommunikation kommt in einer pluralistischen Gesellschaft, in der sich Weltanschauungen, Wertvorstellungen und Handlungsziele zwischen verschiedenen Gruppen erheblich unterscheiden, eine besondere Bedeutung zu. Zusammenleben, die Koordination von Handlungen und die gruppenübergreifende, allgemeine Regelung von Sachverhalten setzt - sofern man die Herrschaft einer Gruppe über die andere als die zwanghafte Form der Koordination ablehnt - eine Einigung über Formen der Kommunikation voraus, in denen Probleme diskutiert, Lösungen gesucht, Konflikte geregelt und gemeinsame Entscheidungen getroffen werden können. Weil Massenkommunikation der Verständigung über Normen und Regelung des Zusammenlebens dient, ist die ethische Reflexion über ihre Ordnung so zentral und in gewisser Weise als Metaethik zu qualifizieren. Diese hier erst einmal behauptete, im Fortgang

der Arbeit zu konkretisierende Bedeutung der Massenkommunikation für eine je neu und immer mehr zu realisierende humane Gesellschaft legitimiert und fordert eine sozial-ethische Auseinandersetzung im Rahmen der Theologie.

Darüber hinaus ist die katholische - wie die evangelische - Kirche ein "Mediengroßunternehmen", das mit seinen publizistischen Entscheidungen Medienpolitik macht oder doch medienpolitische Signale setzt, die je nach dem Zustimmung oder wenigstens Tolerierung oder Ablehnung zum Ausdruck bringen. Auch diese Entscheidungen bedürfen einer sozial-ethischen Reflexion.

Wenn die Auseinandersetzung mit den Ordnungsstrukturen der Massenkommunikation also auch ein legitimes theologisches Thema ist, so ist es doch nur im engen Bezug zu den Sozialwissenschaften zu bearbeiten. Deshalb teilt diese Arbeit mit vielen anderen aus dem Bereich der katholischen Soziallehre die "exzentrische" Struktur.¹⁸ Sie hat ihren Fixpunkt zwar in der Theologie, bewegt sich aber mit dem Großteil ihrer Ausführungen inhaltlich weit auf dem Gebiet der Sozialwissenschaften, deren Ergebnisse sie unter der Perspektive ethisch durchdringen will, wie eine menschen- und sachgerechte, christlich zu verantwortende Ordnung der Massenkommunikation beschaffen sein müßte.¹⁹

Zur Beantwortung dieser Frage will die vorliegende Arbeit einen Beitrag leisten, indem sie die grundlegenden Leistungen zu bestimmen versucht, die die Massenkommunikation für die Gestaltung und Entwicklung der Gesellschaft erbringen kann und muß, und daran anschließend konkurrierende Ordnungsmodelle - im wesentlichen also die privatwirtschaftliche und die öffentlich-rechtliche Struktur - im Hinblick auf ihre diesbezügliche Leistungsfähigkeit analysiert.

Daß sie zum gegenwärtigen Zeitpunkt entstanden ist, ist

natürlich kein Zufall, sondern steht im Zusammenhang mit der gesellschaftlichen Diskussion um die Neuen Medien und die Veränderung der traditionellen Medienstrukturen, die mit ihnen einhergeht. Diese faktische, praktische Problematisierung läßt die Medienordnung auch zu einem Gegenstand wissenschaftlicher Diskussion werden. Sozialethik folgt mit ihren Themen den Problemen der Gesellschaft und entnimmt sie nicht einem "Ideen- und Themenhimmel" fern aller gesellschaftlichen Wirklichkeit. Das ist nicht nur keine Schande, sondern eine Notwendigkeit für eine praktische Disziplin²⁰, die gesellschaftliche Praxis analysiert und Möglichkeiten verbesserten, menschengerechteren gesellschaftlichen Handelns reflektiert, um auf diese Weise zur Entstehung einer humaneren Gesellschaft beizutragen. Sie kann und darf sich allerdings nicht an allen tagesaktuellen Streitigkeiten beteiligen, sondern wird sich auf grundlegende Fragen, nicht jedoch auf nur grundsätzliche Antworten beschränken müssen. Eine detaillierte Analyse der anstehenden Sachprobleme erscheint für eine ethisch qualifizierte Antwort notwendig.

Die Beschäftigung der katholischen Soziallehre mit geschichtlich konkreten Problemen bedingt auch die Formulierung von Aussagen, die nicht den Anspruch auf zeit- und raumlose Gültigkeit erheben. Entsprechend hat auch diese Arbeit ihre konkreten Begrenzungen. Die Situation, die sie analysiert und auf die sie sich bezieht, ist die der Bundesrepublik Deutschland. Herangezogene Daten und Berechnungen gelten für dieses Land. Insofern sich die Medienstruktur in Österreich und der Schweiz nicht grundsätzlich von der bundesrepublikanischen unterscheidet, sind die entsprechenden Überlegungen einigermaßen problemlos übertragbar. Die grundsätzlichen Aussagen zur Leistungsfähigkeit und Problematik der einzelnen Ordnungsmodelle sind vermutlich im Großen und Ganzen unabhängig von der konkreten Situation auch für andere Länder und Regionen

gültig, aber sie sind nicht unabhängig von einer konkreten Situation zu erarbeiten und zu begründen. Dementsprechend hat diese Arbeit "Fall-Charakter": die Medienstrukturen werden am Fall der Bundesrepublik Deutschland analysiert und bewertet. Eine Übertragung auf andere Fälle setzt eine Überprüfung der Vergleichbarkeit oder auch eine neue Analyse der konkreten Bedingungen voraus, muß aber doch nicht am Nullpunkt ansetzen, sondern kann Fragestellungen, Verdachtsmomente und vielleicht Ergebnisse - eventuell modifiziert - übernehmen. Eine solche Beschränkung erscheint mir nicht nur legitim, sondern auch notwendig, um dem absurden Versuch zu entgehen, gesellschaftlichen Strukturen unabhängig von jeder konkreten Gesellschaft - gewissermaßen empiriefrei - zu analysieren, was praktisch nur möglich ist, wenn man sich "heimlich" doch an einer bestimmten Situation orientiert.

1.2 Der Gegenstand dieser Arbeit

Diese Arbeit beschäftigt sich mit Massenkommunikation. Sie wird als eine spezielle Form menschlicher Kommunikation angesehen, die sich von anderen - beispielsweise vom direkten Gespräch - unterscheidet. Damit ist eine zweifache Abgrenzung getroffen und sowohl eine Position abgelehnt, die den Kommunikationscharakter von Massen"kommunikation" bestreitet,²¹ wie auch eine, die die Massenkommunikation allzu sehr in Analogie zur direkten Kommunikation verstehen will.²² Es kommt darauf an, die Stellung und den Stellenwert der Massenkommunikation im Gesamt der menschlichen Kommunikation angemessen zu erfassen.

Man ist geneigt, das Gespräch als natürlichste menschliche Kommunikation anzusehen,²³ von der Massenkommunikation in charakteristischer Weise abweicht. Sie ist einseitig, indirekt, öffentlich, während das Gespräch zweiseitig,

direkt und privat ist.²⁴ Selbst wenn die Orientierung am Gespräch nicht zu einer Qualifizierung der Massenkommunikation als defizitär im Vergleich zu diesem Maßstab führt, so erschwert ein solcher Ausgangspunkt das Verständnis des komplexen gesellschaftlichen Prozesses "Massenkommunikation" doch erheblich. Der Systemzusammenhang und der langwierige Produktionsprozeß von Massenkommunikation, mit seiner Vielzahl von Arbeitsschritten, Organisationsstrukturen und Abhängigkeiten, kann nicht mehr erfaßt werden. Auch die besonderen Möglichkeiten und Leistungen, über die Massenkommunikation im Vergleich zu anderen Kommunikationsarten verfügt, können so nicht thematisiert werden. "Deshalb kann das Gespräch nicht ohne weiteres als Grundlage dienen für soziale Makrophänomene, etwa für die öffentliche Kommunikation oder für die Massenkommunikation, um sie als 'gesellschaftliche Zwiegespräche' auf den Begriff zu bringen. Damit ginge eine unangemessene Vereinfachung in Richtung auf eine personifizierte Zweisamkeit einher und der verbale Kommunikationstypus Rede würde zur Kommunikation schlechthin idealisiert werden."²⁵

Sicherlich hat auch eine mikrosoziologische Perspektive, die vom Modell individualistischer Dialog- bzw. Monologformen ausgeht, ihre Berechtigung und aus der Sicht des Rezipienten auch viel Plausibilität für sich, da sich natürlich kommunikative Sinnzusammenhänge zwischen Kommunikator und Rezipient abspielen. Aber eine Definition wie die einflußreiche von G.Maletzke, der unter Massenkommunikation alle Formen von Kommunikation versteht, bei denen "Aussagen öffentlich (also ohne begrenzte personell definierte Empfängerschaft) durch technische Verbreitungsmittel (Medien) indirekt (also bei räumlicher oder zeitlicher oder raumzeitlicher Distanz zwischen den Kommunikationspartnern) und einseitig (also ohne Rollenwechsel zwischen Aussagenden und Aufnehmenden) an ein disperses

Publikum (im Unterschied zu einem Präsenzpublikum) vermittelt werden"²⁶, erfaßt eben mit der Rezeptionssituation nur einen, wenn auch prominenten Ausschnitt der Massenkommunikation. "Ein solches, durch 'Kommunikator' und 'Rezipient' bestimmtes Zweiermodell für Massenkommunikation kann in seiner Umweltlosigkeit und ohne Bezug auf die Öffentlichkeit nicht befriedigen."²⁷

Massenkommunikation muß als ein komplexer, organisierter sozialer Handlungszusammenhang mit typisierten Positionen, Normen, Rollen und Techniken, die die Unabhängigkeit der Leistungserbringung von den ausübenden Personen und ihren individuellen Vor- und Nachteilen sicherstellensollen, begriffen werden, durch den Personen, vor allem jedoch Gruppen der Gesellschaft in eine technisch vermittelte Beziehung zueinander treten, die auf Verständigung zielt.

"Kommunikation, Massen-kommunikation ist ein Handeln mit dem Ziel der Verständigung."²⁸ Eine Teilhabe der verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen an den Erfahrungen, Bedürfnissen und Problemen der anderen, ein Austausch der unterschiedlichen Überzeugungen und Wertungen, eine Koordinierung der verschiedenen Handlungsabsichten sind in einer komplexen Gesellschaft nicht durch direkte Kommunikationsformen zu leisten, jedenfalls nicht in einer Weise, die jedem Gesellschaftsmitglied die Möglichkeit gibt, diesen Kommunikationsprozeß zu verfolgen, sich seine Meinung zu bilden und Handlungskonsequenzen daraus zu ziehen.

In der Massenkommunikation kommuniziert also nicht ein Kommunikator mit einem Publikum, sondern gesellschaftliche Gruppierungen - sicher sind es in der Regel einzelne, die sprechen, aber in der Regel eben als Repräsentanten auch für andere mit den gleichen Anliegen - treten in eine organisierte Kommunikation zueinander, die auf eine komplexe Weise als spezialisiertes Sozialsystem mit professionellen Rollen institutionalisiert ist.

Die Orientierung auf Verständigung erweist Massenkommunikation also als Kommunikation, ihre spezifische Form und Leistung unterscheidet sie von anderen Kommunikationsmodi.

Massenkommunikation kann "als kollektiver gesellschaftlicher Kommunikationsmodus, als 'Eigenschaft der Gesellschaft' (Haller/Bürgi)"^{28a} verstanden werden. Die Gestaltung des gesellschaftlichen Zusammenlebens ist Gegenstand dieser Kommunikation. Sie ist gesellschafts- und insbesondere politikbezogen, wobei unter Politik jener besondere gesellschaftliche Handlungszusammenhang verstanden wird, der auf die Hervorbringung allgemeinverbindlicher Entscheidungen ausgerichtet ist.²⁹ Dabei ist der Umfang der Sachverhalte variabel, die Gegenstand politischer Entscheidung sind, da jederzeit gesellschaftliche Handlungsbereiche und Probleme politisiert, also als einer allgemeinverbindlichen Entscheidung bedürftig, charakterisiert werden können. Die Abgrenzung der politischen Sphäre ist selbst eine politische Entscheidung. Politische Kommunikation findet selbstverständlich nicht nur über Massenmedien statt - man denke an Ausschußsitzungen, Hearings, Reden und Wahlen -, aber diese spielt eine enorme Rolle im Kontext der "institutionell gesicherten Formen einer allgemeinen und öffentlichen Kommunikation..., die sich mit der praktischen Frage befaßt: wie die Menschen unter den objektiven Bedingungen ihrer immens erweiterten Verfügungsgewalt miteinander leben können und wollen"³⁰, als die sich Demokratie verstehen läßt. Der Massenkommunikation kommt also eine große Bedeutung bei der Verständigung über politische Entscheidungen zu. Sie bietet verschiedenen Gruppen der Gesellschaft die Möglichkeit, Probleme zu benennen, sie einer allgemein verbindlichen Regelung bedürftig zu charakterisieren, ihre Interessen im Hinblick auf die Art der Entscheidung zum Ausdruck zu bringen und die Position anderer Gruppen kennenzulernen, um sich - im Idealfall - auf eine Lösung zu verständigen, der alle zustimmen können.

Dieser politischen Leistung, die im Fortgang der Arbeit noch ausführlicher darzustellen ist,³¹ gilt das Hauptaugenmerk dieser Arbeit.

Daneben dient Massenkommunikation auch dem Austausch über andere, nicht politische, gesellschaftliche Lebensbereiche und Themen, beispielsweise religiöser, pädagogischer oder ökonomischer Art, wobei es auch hier darum geht, Verständigung zu suchen und Handlungen im individuellen wie im gesellschaftlichen Interesse aufeinander abzustimmen. Der Unterschied ist allerdings darin zu sehen, daß es nicht um eine verbindliche Regelung geht, sondern das in der Kommunikation rationalisierte Handeln individueller Freiheit und Verantwortung überlassen bleibt.

Die Konzentration auf die politische Kommunikation hat ihre Berechtigung darin, daß bei ihr durch die verbindliche, die ganze Gesellschaft betreffende und verpflichtende Entscheidung, auf die sie zielt, die Notwendigkeit der Verständigung ein besonderes Gewicht gewinnt und die ethische Problematik dadurch am schärfsten zum Ausdruck kommt. Daher ergeben sich aus diesem Kontext die weitestgehenden Anforderungen an die Ordnung der Massenkommunikation.

Ganz vernachlässigt wird in dieser Arbeit die Nutzung der Massenmedien zum Zwecke der Unterhaltung. Unterhaltung wird hierbei nicht als ein bestimmter "Medieninhalt", sondern als ein Nutzungsmodus verstanden. Politische Inhalte können durchaus als Unterhaltung rezipiert, als Unterhaltung gekennzeichnete Genres der Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Fragen dienen. "Unterhaltung" läßt sich also letztlich nur aus der Sicht des Rezipienten bestimmen, wenngleich natürlich nicht bestritten werden soll, daß die Medienprodukte ihre jeweilige Nutzung als "Information" oder "Unterhaltung" in erheblichem Ausmaß nahelegen und in einem bestimmten Sinn von ihrem Produzenten gemeint sind. Dadurch wird die Nutzung aber nicht determiniert.

Unterhaltung ist, im Gegensatz zu einer Nutzung von Massenmedien zum Zwecke der Orientierung in der Außenwelt, zwecklos, jedenfalls ohne äußere Zwecke. Sie ist "innenweltbezogen". Sie dient nicht der Erweiterung des Weltbezugs, sondern dem Heraustreten aus dem normalen, alltäglichen Lebenszusammenhang. Unterhaltung läßt sich am ehesten in Anlehnung an "Spiel" verstehen.³² Sie ist grundsätzlich keineswegs negativ, etwa als "vertane Zeit"³³, zu qualifizieren, wenngleich sich hier im einzelnen natürlich auch ethische Fragen im Hinblick auf Form und Ausmaß des Unterhaltungskonsums stellen, die überwiegend moraltheologischer Natur sind. Aus gesellschaftlicher Perspektive ist vor allem wichtig, daß die Unterhaltungsdimension in den Massenmedien die gesellschaftliche Kommunikation über Fragen des gesellschaftlichen Zusammenlebens nicht verdrängen darf.

Im umfassenden Themenfeld "Massenkommunikation" widmet sich diese Arbeit der Frage, wie die Sozialstruktur der Massenkommunikation ausgestaltet sein soll. Es geht dabei um die grundsätzlichen, allgemeinsten Ordnungsvorgaben auf gesamtgesellschaftlicher Ebene, die in ihren wesentlichen Grundzügen rechtlich festgelegt, also Ergebnis politischer Willensbildung sind. Hier stehen hauptsächlich zwei Ordnungsmodelle zur Diskussion: das privatwirtschaftliche und das öffentlich-rechtliche Modell. Diese einer Analyse zu unterziehen und einer sozialetischen Bewertung zuzuführen, ist das Ziel dieser Arbeit, wofür ein ethisches Fundament Voraussetzung ist, das es offenzulegen gilt.

1.3 Ethischer Ansatz

"Mediale Ethik ist zunächst 'immanente' Ethik: im Prozeß der sozialen Kommunikation handelt richtig, wer sachgerecht handelt, wer die in diesem Bereich geltenden Gesetzmäßigkeiten und die hier vorgegebenen Sinnziele respektiert. Ethische Weisungen werden den Teilnehmern am Prozeß der

Kommunikation nicht von außen oktroyiert, sie erscheinen vielmehr nur als begründet, insofern die in ihnen artikulierten Verbindlichkeiten als innere Momente der sozialen Kommunikation erkennbar werden, insofern sie im medialen Prozeß selbst ihre Dringlichkeit anmelden. Sittliche Orientierungen ergeben sich aus dem Wesen der sozialen Kommunikation und aus der spezifischen Eigenart der Medien, in denen sie sich vollzieht."³⁴ Auch die grundlegenden institutionellen Strukturen müssen auf das immanente Sinnziel der Massenkommunikation hin orientiert sein und erfahren von daher ihre Rechtfertigung.

Als immanentes Ziel von Kommunikation und Massenkommunikation läßt sich festhalten: "Über Kommunikation im gesellschaftlichen wie privaten Bereich soll Konsens, Einheit und Gemeinschaft erreicht werden."³⁵ Inhaltlich entsprechend wurde oben mit H.Boventer Verständigung als Ziel der Massenkommunikation bestimmt, wofür auch J.Habermas als Beleg angeführt werden kann: "Verständigung wohnt als Telos der menschlichen Sprache inne."³⁶

Mit dieser Sinnbestimmung ist aber nicht nur ein Fundament für eine Ethik der Massenkommunikation gelegt, das für diese Arbeit notwendig ist, sondern ein ganzes gesellschaftliches Programm formuliert und ein Fixpunkt jeglicher Normbegründung angesprochen. Das über den konkreten ethischen "Bedarf" dieser Arbeit hinausgehende gesellschaftliche Programm, das der Kommunikation immanent ist, soll an dieser Stelle wenigstens skizziert werden.

In ihrer Hinordnung auf Verständigung, auf ein freies, zwangloses Einverständnis ist Kommunikation ihrem innersten Wesen nach das Gegenstück von Zwang und Manipulation. In der gesellschaftlichen Kommunikation über Fragen, die gelöst, und Entscheidungen, die getroffen werden müssen, wird per se der Anspruch der Herrschaftsfreiheit erhoben: Verständigung unter den Gesellschaftsmitgliedern statt Durchsetzung von Positionen mit Machtmitteln auch gegen

das Widerstreben der anderen. Dieser Anspruch ist zweifellos kontrafaktisch und wird es - bis zum endgültigen Kommen des Reiches Gottes - immer sein. Aber er bezeichnet das Ziel, das selbst jede noch so verzerrte, von Machtstrukturen deformierte Kommunikation nicht ganz verleugnen kann. Der Nachweis, daß nicht jede sprachliche Handlung verständigungsorientiert ist, sondern im strategischen, erfolgsorientierten Gebrauch von Sprache der andere objektiviert und als Mittel gebraucht wird,³⁷ falsifiziert nicht die Zielangabe, "wenn sich zeigen läßt, daß der verständigungsorientierte Sprachgebrauch der Originalmodus ist, zu dem sich die anderen Formen parasitär verhalten"³⁸ wobei J.Habermas dieser Nachweis wohl gelingt.³⁹

Mit verständigungsorientierter Kommunikation ist Anerkennung des jeweils anderen vorausgesetzt.⁴⁰ "Die Versuche der Rekonstruktion der verschiedenen Dimensionen kommunikativen Handelns, die in sehr unterschiedlichem Maße empirisch überprüft sind, verweisen also konvergierend auf eine Kernstruktur, die durch die gegenseitige Anerkennung der Kommunikationspartner in ihrer verpflichtenden Gleichberechtigung durch alle Dimensionen der Kommunikation charakterisiert ist."⁴¹

Kommunikation enthält einen normativen Kern, der im Verständigung anzielenden Handeln und Argumentieren nicht sinnvoll bestritten werden kann, da er der Argumentation selbst voraus und zugrunde liegt, und von dem, der sich auf Argumentation einläßt, implizit anerkannt sein muß. Wenn Menschen in Kommunikation zueinander treten, müssen sie notwendig gegenseitig normative Unterstellungen machen und annehmen, deren zentraler Punkt ist, daß sie sich gegenseitig als gleichberechtigt akzeptieren. Das ist zugleich der Kern der "idealen Sprechsituation", die besteht, "wenn für alle möglichen Beteiligten eine symmetrische Verteilung der Chancen, Sprechakte zu wählen und auszuüben,

gegeben ist"⁴². Diese ideale Sprechsituation hat notwendig eine universale Dimension, weil alle Menschen als Partner akzeptiert werden müssen, "da sie in all ihren Handlungen und Äußerungen virtuelle Diskussionspartner sind und die unbegrenzte Rechtfertigung des Denkens auf keinen Diskussionspartner und auf keinen seiner virtuellen Diskussionsbeiträge verzichten kann"⁴³. Das macht K.-O.Apel dann noch deutlicher: "So setzt bereits jede Tatsachen-Aussage als eine solche, die logisch zu rechtfertigen ist, in der pragmatischen Tiefenstruktur eine performative Ergänzung voraus, wie etwa: 'Ich behaupte hiermit gegen jeden möglichen Opponenten, daß...' oder: 'Ich fordere hiermit jeden zur Prüfung der folgenden Aussage auf'."⁴⁴

Diese ideale Sprechsituation ist allerdings in aller Regel nicht realisiert. "Gleichwohl gehört es zur Struktur möglicher Rede, daß wir im Vollzug der Sprechakte (und der Handlungen) kontrafaktisch so tun, als sei die ideale Sprechsituation (oder das Modell reinen kommunikativen Handelns) nicht bloß fiktiv, sondern wirklich - eben das nennen wir eine Unterstellung. Das normative Fundament sprachlicher Verständigung ist mithin beides: antizipiert aber als antizipierte Grundlage auch wirksam. Die formale Vorwegnahme des idealisierten Gesprächs (als einer in Zukunft zu realisierenden Lebensform?) garantiert das 'letzte' tragende und keineswegs erst herzustellende kontrafaktische Einverständnis, das die potentiellen Sprecher/Hörer vorgängig verbinden muß und über das eine Verständigung nicht erforderlich sein darf, wenn anders Kommunikation überhaupt möglich sein soll."⁴⁵

In der idealen Sprechsituation, auf die in jeder Kommunikation vorgegriffen wird, scheint also eine Lebens- und Gesellschaftsform auf, die der Veränderung menschlichen Zusammenlebens ein Ziel gibt, dessen endgültige und vollständige Realisierung allerdings menschliche Schaffenskraft übersteigt.

Damit erweist sich die elementare Praxis kommunikativen Handelns, der nur um den Preis physischer oder psychischer Selbstzerstörung zu entkommen ist und die auch in der wissenschaftstheoretischen Diskussion immer deutlicher als Basis wissenschaftlicher Rationalität erkannt wurde, der auch die empirischen Wissenschaften nicht entgehen können,⁴⁶ als Fixpunkt einer rationalen Begründung von Ethik. Sie kann auf den normativen Kern aller auf Verständigung zielenden Akte verweisen, der durch die rekonstruktiven Wissenschaften freizulegen ist. Insofern dabei empirische Verfahren zum Tragen kommen,⁴⁷ könnte auf diese Weise der "die ganze neuzeitliche Philosophie und Wissenschaftstheorie durchziehende Bruch zwischen Sachaussagen und normativen Aussagen, zwischen Sein und Sollen überbrückt"⁴⁸ werden, ohne dem "naturalistischen Fehlschluß" zu verfallen. Ein solcher Ansatz wäre natürlich auch für eine Grundlegung der katholischen Soziallehre von höchstem Interesse, da auf einer solchen Basis eine Kommunikationsfähigkeit wieder herzustellen wäre, insbesondere auch mit den empirischen Wissenschaften. Diese Kommunikationsfähigkeit ist verlorengegangen durch die positivistische Selbstkastration der empirischen Wissenschaften auf der einen Seite und das Festhalten der katholischen Soziallehre an einem gesellschaftlich, philosophisch und sogar theologisch partikular gewordenen scholastischen Vernunftbegriff und Naturrechtsdenken auf der anderen Seite.⁴⁹ Dementsprechend eröffnet eine Theorie kommunikativen Handelns höchst interessante Perspektiven für die katholische Soziallehre, zumal sich in der Intention der rationalen Begründung von Ethik und dem Begründungsweg vom "Sein zum Sollen" überraschende Anknüpfungspunkte zur scholastischen Sozialphilosophie zeigen. Für eine solche Grundlegung könnte

auf die "fundamentalen" Überlegungen von H. Peukert⁵⁰ zurückgegriffen werden, die bisher im Bereich der theologischen Ethik noch kaum rezipiert wurden.⁵¹

Kommunikation liegt aber der Ethik noch in einer anderen Weise zugrunde. Nur in Kommunikation, und zwar in einer solchen, in der die in der Kommunikation antizipierten idealen Voraussetzungen hinreichend zum Tragen kommen, die also hinreichend ideal ist, können ethische Normen ihre Rechtfertigung erfahren, weil nur mittels Kommunikation festzustellen ist, ob die Verallgemeinerungsfähigkeit⁵² von zur Prüfung anstehenden Normen, die Ausdruck der Gleichberechtigung ist, gegeben ist, ob die Normen also gesellschaftliche Sachverhalte im Interesse aller möglicherweise Betroffenen regeln, oder ob sie nur subjektiv und partikular sind. Die Verallgemeinerungsfähigkeit von Normen kann nicht monologisch, wie im "kategorischen Imperativ" intendiert, sondern nur diskursiv festgestellt werden. "The emphasis shifts from what each can will without contradiction to be a general law, to what all can will in agreement to be a universal law."⁵³ Grundsatz einer "Diskursethik"⁵⁴ ist, "daß nur die Normen Geltung beanspruchen dürfen, die die Zustimmung aller Betroffenen als Teilnehmer eines praktischen Diskurses finden (oder finden könnten)"⁵⁵.

Ethik und Kommunikation stehen also in einem dreifachen Zusammenhang:

1. Jeglichem auf Verständigung zielenden kommunikativen Handeln liegen normative Bedingungen zugrunde. Die Kommunikationspartner müssen sich schon als gleichberechtigt akzeptiert haben, wenn überhaupt Kommunikation möglich sein soll.
2. In einer "Ethik der Kommunikation" als Ethik eines grundlegenden, aber doch spezifischen Lebensbereichs geht es darum, Normen für Kommunikation zu formulieren, die sich natürlich als Rekonstruktion der normativen

Grundvoraussetzungen von Kommunikation erweisen lassen (müssen).

3. Kommunikative Ethik schließlich weist darauf hin, daß Rechtfertigung von Normen nur im Medium der Kommunikation geschehen kann.

Dieser dreifache Bezug spielt auch für das Thema dieser Arbeit eine Rolle. In der ethischen Beschäftigung mit den grundlegenden institutionalisierten Strukturen der Massenkommunikation geht es darum, die in der Kommunikation aufscheinende wechselseitige Anerkennung der Kommunikationsteilnehmer als Gleichberechtigte umzusetzen in Anforderungen an die Strukturen der gesellschaftlichen, medialen Kommunikation, so daß die Gleichberechtigung von den institutionellen Bedingungen wenigstens in einer groben Annäherung gewährleistet ist, wobei eine entsprechende Gestaltung der Ordnungsstrukturen nur eine notwendige, aber noch keine hinreichende Bedingung für eine, wenigstens in einer groben Annäherung, "ideale Kommunikationssituation" ist. Diese Massenkommunikationsstrukturen wiederum sollen eine gesellschaftliche Kommunikation ermöglichen, in der eine Verständigung über die Normen des Zusammenlebens und die Entwicklung der Gesellschaft gesucht werden kann. Zu dieser Kommunikation über die Gestaltung der Gesellschaft ist diese Arbeit schlußendlich selber ein Beitrag.

Pointiert könnte man zusammenfassen: es geht dieser Arbeit um gerechte Kommunikationsstrukturen als der Kommunikation gerechte Strukturen.

Auf die Frage, welche Bedeutung dem christlichen Glauben in der ethischen Auseinandersetzung mit Ordnungsstrukturen zukommt,⁵⁶ ist darauf hinzuweisen, daß Normen sich als sach- und menschengerecht zu erweisen haben, daß sie das Gelingen menschlichen Lebens und Zusammenlebens zum Ziel haben, daß sie lebensermöglichend und -fördernd sein

müssen und sich von daher legitimieren müssen. So ist "der spezifische und originäre Beitrag der christlichen Religion nicht in der Statuierung konkreter material-ethischer Normen, sondern in der Vermittlung eines neuen Sinnhorizonts zu sehen"⁵⁷. Dem christlichen Glauben kommt eine handlungsermöglichende Bedeutung zu, da er angesichts einer heillos, sinnlos, ziellos erscheinenden Welt davon kündigt, daß die Alternative der Selbstzerstörung nicht "gleich-gültig" ist wie das Bemühen um gelingendes Leben, um Menschlichkeit und Brüderlichkeit, da im göttlichen Heilshandeln durch Jesus Christus den Menschen eine Zukunft eröffnet und Vollendung versprochen ist, die menschlichem Handeln eine Sinnperspektive gibt und es vom Zwang entlastet, das Paradies auf Erden herstellen zu müssen, der leicht zu totalitärem Zwang führt, wie von der Verzweiflung, daß alles Handeln angesichts des vergangenen, gegenwärtigen und zukünftigen unüberwindbaren Leidens der Menschen vergebens ist. Befreites Handeln macht befreies Handeln möglich, da Gott "für den Menschen Partei ergreift, die verlorene Sache des Menschen selbst in die Hände nimmt, um den Menschen zu befreien, zu retten"⁵⁸.

1.4 Überblick über den Argumentationsgang der Arbeit

Die Arbeit gliedert sich in drei Teile. Der I. Teil versucht, die Bedeutung der Massenkommunikation für das gesellschaftliche Zusammenleben zu erfassen, ihre grundlegenden Aufgaben zu bestimmen, Leistungsanforderungen zu formulieren und die Voraussetzungen einer Leistungserbringung herauszuarbeiten. Im historisch orientierten 2. Kapitel werden in einem äußerst - fast unverantwortlich - knappen Überblick in der kirchlichen Lehre der letzten gut hundert Jahre zum Ausdruck gekommene Denkmotive zu diesem Fragekreis typisierend dargestellt. Damit sind zwei Zielsetzungen verbunden. Zum einen soll noch einmal die Legitimität der theologischen Auseinandersetzung

mit "Massenkommunikation" durch den Verweis auf die "Tradition" dieses Themas herausgestellt werden, zum anderen wird erhofft, daß sich aus der Aufarbeitung der Problemstellungen, denen sich die Kirche in der geschichtlichen Auseinandersetzung mit den Massenmedien konfrontiert sah, und der Antworten, die sie gab, systematische Perspektiven ergeben. Das 3.Kapitel versucht, die Bedeutung und Aufgabe der Massenkommunikation zu bestimmen, wobei dem schwierigen und traditionsbelasteten Begriff der "Öffentlichkeit" für dieses Unterfangen eine wichtige Rolle zugesprochen wird und der Auseinandersetzung mit ihm viel Platz eingeräumt wird. Weiterhin werden in diesem Kapitel grundlegende strukturelle Voraussetzungen einer Erfüllung der dem Massenkommunikationssystem in dieser Arbeit zugeschriebenen Aufgaben bestimmt. In diesem Zusammenhang ist die "Freiheit der Massenkommunikation" und der zugrunde liegende Freiheitsbegriff näher zu bestimmen. Diesem 3.Kapitel kommt im Rahmen des ersten Teils die zentrale Stellung zu. Es bestimmt normative Anforderungen an die Massenkommunikation, die für die ganze Arbeit wichtig sind. Im 4.Kapitel steht mit der "Objektivität" ein wichtiges inhaltliches Kriterium für die Vermittlungsleistung der Massenkommunikation zur Diskussion an, dessen Einlösung auch von strukturellen Bedingungen abhängig ist.

Im II.Teil der Arbeit werden im 5.Kapitel die privatwirtschaftliche und im 6.Kapitel die öffentlich-rechtliche Ordnungsstruktur einer Analyse im Hinblick auf die Erfüllung wesentlicher, im I.Teil erarbeiteter Anforderungen unterzogen und entsprechend bewertet. Im 7.Kapitel folgen eine zusammenfassende, vergleichende Bewertung der beiden Modelle und Überlegungen zum Sinn der bisher in unserer Gesellschaft existierenden publizistischen Gewaltenteilung, die beide Ordnungsstrukturen im Gesamtmediensystem auf eine spezifische Weise zu ihrem Recht kommen läßt. Damit ist die mit dem Thema dieser Arbeit gestellte Aufgabe "grundsätzlich" erfüllt, aber das spezifische Erkenntnis-

interesse noch nicht befriedigt.

Im III. Teil geht es darum, die bisherigen Ergebnisse der Arbeit auf jene aktuellen Veränderungen der Massenkommunikation und der Medienstruktur zurückzubeziehen, die mit den "Neuen Medien" verbunden sind und den Entstehungshintergrund dieser Arbeit bezeichnen. Diese Entwicklungen ließen das Thema erst zum Thema werden. Im 8. Kapitel stelle ich technische und finanzielle Aspekte der Neuen Medien vor, vor allem gehe ich jedoch auf die mit ihnen einhergehende Veränderung der Rundfunkordnung ein und weise schließlich auf einige Möglichkeiten der positiven Weiterentwicklung der bestehenden Ordnung hin. Im 9. Kapitel werden dann Stellungnahmen der katholischen und der evangelischen Kirche in der Bundesrepublik dargestellt und diskutiert und anschließend einige grundlegende Anforderungen an eine kirchliche Medienpolitik formuliert.

I. Teil

Grundsätzliche Überlegungen
zur gesellschaftlichen Bedeutung und Aufgabe
der Massenkommunikation

2. DIE GESELLSCHAFTLICHE BEDEUTUNG UND AUFGABE DER MASSENKOMMUNIKATION IM VERSTÄNDNIS DER KIRCHLICHEN LEHRE - STATIONEN DER ENTWICKLUNG IM 19. UND 20. JAHRHUN- DERT

Die Auseinandersetzung der katholischen Kirchen mit der sich entwickelnden medialen Kommunikation kann hier nicht in allen Differenzierungen dargestellt werden. Es geht nicht darum, einzelne Ereignisse, Aussagen, Fort- und Rückschritte zu dokumentieren, sondern grundlegende Problemstellungen und Konflikte zu erfassen und die jeweiligen Lösungsansätze festzuhalten. Dazu wird eine typisierende Darstellungsweise gewählt, die vorliegende Ergebnisse historischer Forschung zum kirchlichen Medienverständnis¹ unter dieser Fragestellung systematisiert.

Die Darstellung beschränkt sich auf päpstliche und konziliare Dokumente und geht nicht auf die spezielle Situation einzelner Länder ein.²

2.0 Zur "Vorgeschichte" der Massenkommunikation - oder: der Verlust eines Monopols

Von der "Konstantinischen Wende" bis zur Erfindung des Buchdrucks hatte die (katholische) Kirche im christlichen Abendland ein mehr oder weniger vollständiges Monopol der öffentlichen Kommunikation inne.³ Dieses stützte sich auf

- das Kommunikationspotential, denn die Kirche erreichte mit ihrer enormen Zahl von Kommunikatoren praktisch die gesamte Bevölkerung, die durch die Sonntagspflicht "in die Reichweite der Kanzelveröffentlichung"⁴ genötigt war, und
- die institutionelle Absicherung und Sanktionierung durch die staatliche Gewalt, die zumindest religiöse Konkurrenz verhinderte.

"Unter dem Gesichtswinkel der Formalien von Bekanntmachung ist in der Tat das römisch-katholische System der Veröffentlichung von der obersten bis zur untersten Instanz, von der Kurie bis zur Gemeindeganzel, in seiner lückenlosen Stringenz erst in der Neuzeit von der Propaganda-Organisation totalitärer Systeme überboten worden. Daher schon im Mittelalter Zusammenschluß und Kampf der kaiserlichen Autorität mit und gegen diese perfekten Öffentlichkeitsformalien und daher heute noch der stumme Respekt kommunistischer Parteizentralen vor dieser strikten Öffentlichkeit, mit der sie nicht konkurrieren können (Polen)."⁵

Eine abweichende Meinung, die zu einer konkurrierenden Kirche führte, konnte sich erst durchsetzen, als beide Voraussetzungen des öffentlichen Kommunikationsmonopols nicht mehr gegeben waren. Mit der Entwicklung des Buchdrucks hatte die Kirche nicht mehr die Kontrolle über alle relevanten Wege öffentlicher Kommunikation⁶ und durch einen Verlust der staatlichen Unterstützung war sie auch nicht mehr überall wiederzugewinnen.

Die gedruckten Schriften stellten für die Kirche also eine Bedrohung ihrer Monopolstellung in der öffentlichen Kommunikation dar, sofern es nicht gelang, sie unter Kontrolle zu bekommen.

"Nicht allein, daß der erwachte Geist gegen die Kirche und ihre Institutionen nun offener hervortrat, er fand auch in der neuen Kunst ein Mittel der wirksameren und schnelleren Verbreitung. Die bisherigen Methoden der Kirche, erschienene Schriften zu kassieren, zu verbieten und zu verbrennen und nötigenfalls den Verfasser aus der Gemeinschaft des kirchlichen Verbandes zu verbannen, diese Methoden hatten zum Teil ihre Wirksamkeit verloren. Die neue Möglichkeit, mittels des Drucks eine im Verhältnis zur Vorzeit ungekannte Auflage zu verbreiten, mußte zu neuen Maßnahmen der Kirche führen."⁷

Der Versuch mit neuen Maßnahmen die kirchliche Kontrolle wieder herzustellen, begann sehr früh, aber er hatte keinen entscheidenden Erfolg. Mit positiver und negativer Zensur, mit "Imprimatur" und "Index" sollte "alle gesellschaftliche Kommunikation der Kontrolle einer für Heil und Unheil aller Menschen und ihrer gesellschaftlichen Beziehung sich verantwortlich fühlenden Institution"⁸ unterworfen werden.

Um diese Kontrolle über den Binnenbereich hinaus realisieren zu können, fehlte der Kirche in der Neuzeit aber der "weltliche Arm". Die kirchlich definierte Wahrheit ließ sich in der massenmedialen Kommunikation nicht durchsetzen und so blieb "die Angst und die Scheu, Publizität und Publizistik könnten den wahren Glauben antasten, wie ein Trauma zurück"⁹. Aus diesem Trauma, das eine reale Basis in den Angriffen der liberalen Presse gegen die Kirche hatte, erklären sich die heftigen Ausfälle gegen die Presse und die "verderbliche Pressefreiheit" und ein gespanntes Verhältnis zu den Massenmedien bis weit in unser Jahrhundert hinein.

Die Entwicklung der letzten 150 Jahre wird in diesem Kapitel im folgenden skizziert.

2.1 Position I: Die Massenkommunikationsmittel im Dienste von "Wahrheit" und "Herrschaft" - oder: Die Ablehnung von Meinungs- und Pressefreiheit und die Forderung nach Zensur.

Die Bedrohung der dominierenden Stellung der Kirche in der öffentlichen Kommunikation wie in der Gesellschaft generell ist Ausgangspunkt dieser Position.

2.1.1 Hintergrund

Sie ist zu sehen vor dem Hintergrund der politischen und geistigen Situation im Gefolge der Aufklärung.

Gegenüber den Bestrebungen, "das gesellschaftliche Leben auf säkularisierter Basis zu ordnen, die Autonomie

des Individuums gegenüber allen politischen und kirchlichen Autoritäten zu verherrlichen und eine 'natürliche Religion' zu fordern, die dem entspricht, was in den Menschenherzen beschlossen ist"¹⁰, suchte die Kirche die mittelalterliche, christlich fundierte "Globalkonzeption der Welt, der Wissenschaft, der Gesellschaft und der Erziehung"¹¹ zu verteidigen. In der politischen Realität wurde diese spätestens mit der "französischen Revolution" und den in ihrem Gefolge auch das übrige Europa weithin erfassenden "Wirren" zerbrochen. Zwar nährte die Zeit der Gegenrevolution und Restauration nach 1815 einige Hoffnungen auf Wiederherstellung der zentralen Position der Kirche und der Verbindung von Thron und Altar, die sich auch in einigen Staaten Europas recht und schlecht realisierte - mit dem alten Problem des Dominanzanspruchs des Staates, mit Gallikanismus und Josephinismus -, die Revolutionen von 1830 und 1848 zeigten aber, auf welch brüchigem Fundament sie gründeten. Eine der Bastionen, in der die "alte Ordnung" am reinsten erhalten wurde, war der Kirchenstaat, der sicher nicht zu unrecht "vielen in den letzten 60 Jahren seines Bestehens (bis 1870) nach der Türkei als rückständigstes Staatswesen in Europa"¹² galt. So konzentrierten die Päpste, insbesondere Gregor XVI. und Pius IX. einen Großteil ihrer Anstrengungen auf die Verteidigung der alten Ordnung im allgemeinen, die sie in Konkordaten abzusichern suchten, und innerhalb des Kirchenstaates im besonderen, dessen Existenz überhaupt gegen liberale Angriffe gesichert werden mußte.

Die Position, die nun dargestellt werden soll, ist also im Rahmen einer überkommenen Staats- und Gesellschaftsvorstellung zu verstehen, die es gegen die Angriffe des Liberalismus zu verteidigen galt, der in starkem Maße auch die Presse bestimmte. Gerade ihr wiesen die Päpste einen Großteil der "Schuld" an der "neuen Zeit" zu.

Dieser Position werden insbesondere die Päpste Gregor XVI. (1830-1846) und Pius IX. (1846-1878) zugerechnet,

die in politischer und theologischer Auseinandersetzung diese alte Ordnung zu verteidigen suchten.

2.1.2 Verständnis der Massenkommunikation

Die Kirche ist nach dem Verständnis dieser Position im Besitz der ewigen Wahrheit und hat die Aufgabe, diese zu behüten, gültig zu interpretieren und zu verteidigen. Gegen diesen Wahrheitsanspruch in Fragen des Glaubens und der Sitten, der sich bekanntlich sehr weit auslegen läßt, kann dem einzelnen, schon in seinem Interesse, keine Meinungs- und Gewissensfreiheit zugebilligt werden. Die "wahre Freiheit" besteht im Gehorsam gegenüber der Wahrheit, wie sie das kirchliche Lehramt vermittelt. "Der Freiheitsbegriff geht dabei fast vollständig in den Gehorsamsbegriff auf, da gegen ein absolut unfehlbar Wahrheit vermittelndes Lehramt weder die Freiheit des Irrtums und des Zweifels, noch die Freiheit eines diesem Totalitätsanspruch widersprechenden Gewissens ein Recht hat."¹³

Ebenso wie die Wahrheit von Gott kommt und der Kirche aufgetragen ist, so kommt auch die politische Macht von Gott und ist dem Herrscher übergeben, sofern seine Herrschaft legitim ist. So ist auch hier "wahre Freiheit" nicht als Widerspruch gegen die staatliche Ordnung denkbar, sondern nur als Unterordnung unter die legitime Herrschaft. Pressefreiheit als das Recht, auch Kritik an der staatlichen Ordnung zu üben, ist demzufolge als Rebellion gegen die göttliche Ordnung abzulehnen.

"Das unentwirrbare Ineinander von theologischen und politischen Attitüden schlägt sich in einem ganz bestimmten dogmatisch-doktrinären Wahrheits- und in einem staatsphilosophisch-politischen Herrschaftsbegriff nieder, die sich gegenseitig bedingen."¹⁴

So erscheinen in dieser Sicht "Wahrheit" und "Herrschaft" als enge Verbündete. Die "Wahrheit" legitimiert die

"Herrschaft", die "Herrschaft" hat mit ihren Machtmitteln die "Wahrheit" zu sichern.

Meinungs- und Pressefreiheit, die ja nach unserem Verständnis immer auch und gerade die Freiheit der anderen, der irrigen, der kritischen Meinung bedeuten, werden also abgelehnt.

So wandte sich Gregor XVI. in seiner Enzyklika "Mirari vos" (1832), die sich gegen die Übel und Irrtümer der Zeit im speziellen gegen La Mennaisrichtete, durch den der Liberalismus nun auch in die Kirchen einzudringen schien, gegen jenen "Wahnsinn, es solle für jeden die Freiheit des Gewissens verkündet und erkämpft werden. Diesem seuchenartigen Irrtum bereitet den Weg jene übervolle und maßlose Freiheit der Meinungen, welche zum Schaden der kirchlichen und bürgerlichen Sache sich weit herum verbreitet. ... Hieher gehört auch jene nie genug zu verurteilende und zu verabscheuende Freiheit des Buchhandels, um alle möglichen Schriften unter das Volk zu werfen, Freiheit, die viele mit äußerst verbrecherischem Eifer fordern und fördern. Mit Schaudern stellen wir fest, Ehrwürdige Brüder, mit welchen Ungeheuern von Lehren oder besser Ungetümen von Irrtümern wir erdrückt werden

Folgerichtig ergibt sich die Forderung nach Zensur, wo die Religion, die Sitten oder die staatliche Ordnung gefährdet erscheinen.

"Wahrhaftig ganz anders war das Vorgehen der Kirche, wenn es sich darum handelte, die Seuche schlechter Bücher zu bekämpfen, und das schon zu den Zeiten der Apostel, von denen wir lesen, daß sie einen großen Haufen von Büchern öffentlich verbrannten. ... Aus dieser ständigen Sorge aller Zeitalter, mit welcher Unser Heilige Apostolische Stuhl stets bestrebt war, verdächtige und schädliche Bücher zu verurteilen und den Händen der Menschen zu entwenden, geht es ganz klar hervor, wie

falsch und vermessen, wie ungerecht gegen den Apostolischen Stuhl, wie ungeheuer verderbenbringend für das christliche Volk die Lehre jener ist, die eine Bücherzensur nicht nur als überaus drückend und lästig verwerfen, sondern in ihrer Bosheit so weit gehen, daß sie erklären, so etwas sei den Grundsätzen wahren Rechtes zuwider, daß sie es wagen, der Kirche das Recht, ein Verzeichnis aufzustellen und zu besitzen, überhaupt abzusprechen.

Wir haben erfahren, daß durch Schriften, die ins Volk geworfen werden, gewisse Lehren verbreitet werden, welche die den Fürsten schuldige Treue und Gehorsampflicht ins Wanken bringen und überall die Fackel des Aufruhrs anzünden. Es muß daher sehr darauf geachtet werden, daß die Völker nicht irregeführt werden und so vom rechten Wege abweichen."¹⁶

Zensurinstanz soll die Kirche als Hüterin der Wahrheit, aber auch der Staat als Hüter der rechten Ordnung sein. Die staatliche Autorität soll außerdem dem Urteil kirchlicher Zensurinstanzen mit ihrer Gewalt Geltung verschaffen. Das wurde beispielsweise in Konkordaten zu erreichen gesucht.¹⁷

Adressat einer solchen Ethik der Massenkommunikation ist also in erster Linie "der Staat". Von ihm wird die Einrichtung bzw. Beibehaltung von Instanzen und Institutionen gefordert, die die richtige gesellschaftliche Kommunikation sicherstellen sollen. In zweiter Linie erst richtet sie sich an die Rezipienten, die selbstverständlich keine schlechten Druckerzeugnisse lesen sollten, aber denen eigentlich schon die Möglichkeit dazu genommen werden muß - und an die Kommunikatoren die solche natürlich auch nicht produzieren dürfen.

Die Aufgabe der Massenmedien kann in einer solchen Konzeption letztlich nur darin gesehen werden, dem Volke -

im Sinne von "Verlautbarungen" - das mitzuteilen, was es nach Auffassung der weltlichen Obrigkeit wissen sollte, ergänzt vielleicht durch Erbauung und Bestätigung der Grundlagen des Systems.

Die Notwendigkeit einer informierten Öffentlichkeit wird nicht gesehen, ganz im Gegenteil eher die Notwendigkeit der Geheimhaltung.¹⁸

2.1.3 Bewertung

Die Vertreter dieser Position gingen von einem überholten Konzept von Gesellschaft und der Stellung der Kirche in ihr aus. Es war angesichts der Aufklärung nicht mehr zu halten. Diese Feststellung ist nicht mit bedauerndem Unterton auszusprechen, so als ob unter dem Druck der faktischen Entwicklung die Blütezeit des christlichen Glaubens und der Kirche zu Ende gegangen wäre. Zu Ende ging eine Zeit, in der der christliche Glaube "herrschte", in der Christlichkeit - und zwar die richtige - mit Sozialisation und Sanktion allgemein durchgesetzt werden konnte und auch erzwungen wurde.

Rückblickend stellen wir fest, daß vieles von dem, was in diesem mittelalterlichen Verständnis als christlich deklariert und eingefordert wurde, von Herrschaftsinteressen geprägt war. Herrschaft kann aber nicht das Ziel der Kirche sein. Die Erfahrungen einer pluralistischen Gesellschaft mit ihrer Konkurrenz der Wahrheit beanspruchenden Positionen hat bei uns in der Gegenwart weitgehend zur Überzeugung geführt, daß Wahrheit - und sei es die christliche, ja gerade die christliche - nicht autoritär von oben her in der Gesellschaft durchgesetzt werden kann, sondern nur in Überzeugungsarbeit, im Diskurs und im demokratischen Prozeß in die Überzeugungen der Menschen und die gesellschaftlichen Strukturen eingehen kann.

Deswegen muß die als Position I dargestellte Konzeption, die sich der Verteidigung bzw. Restauration kirchlicher Herrschaftsbeteiligung, absolutistisch-monarchistischer Regierungsformen und theokratischer Ansprüche verschreibt, abgelehnt werden, ebenso ihre Verwerfung der Presse- und Meinungsfreiheit, wie der "modernen Freiheiten" überhaupt, die sich daraus ergibt. Wenn also auch die Antworten, die diese Position gibt, nicht zu übernehmen sind, so sind einige ihrer Fragestellungen doch aktuell und virulent: wie stehen Wahrheit und Freiheit zueinander? Gibt es nicht vielleicht auch in einer pluralistischen Gesellschaft Wahrheiten, denen gegenüber die Freiheit der Infragestellung und Bestreitung nicht zugelassen werden kann? Zu übernehmen für eine Ethik der Massenkommunikation ist auch, daß die Reflexion die Ebene der Gesellschaft erreichen und eine Gesellschaftstheorie enthalten muß, auch wenn die damaligen Vorstellungen nicht akzeptiert werden können. Sie darf sich nicht nur auf das Handeln von Kommunikator und Rezipient konzentrieren, sondern muß auch die gesellschaftlichen Strukturen, die die Kommunikation der Gesellschaft bestimmen, beachten.

2.2 Position II: Massenmedien als Propagandainstrumente - oder: die Forderung nach Unterstützung der "guten Presse"

Diese Position ist durchaus mit der vorhin dargestellten verträglich. Sie setzt allerdings einen Wechsel des Blickpunktes und einen Wandel in der geschichtlichen Situation bzw. eine andere Interpretation der Lage voraus.

2.2.1 Hintergrund

Im Gegensatz zu Position I, bei der auch praktisch-politisch der Versuch der Verteidigung bzw. Restauration

der alten Ordnung mit ihrer Verbindung von Thron und Altar unternommen und noch für realisierbar gehalten wurde, entwickelte sich Position II aus dem Eingeständnis, daß dies zumindest vorerst nicht mehr möglich war. Die christliche Gesellschaft und den christlichen Staat mit einer zentralen Stellung der Kirche gab es nicht mehr; die Hoffnungen ihn zu erhalten oder wieder herzustellen, waren gescheitert. Der Anspruch allerdings, daß so die ideale staatliche Ordnung und eine christliche Gesellschaft auszusehen hätte und deshalb Zielpunkt kirchlich-politischen Handelns sein sollte, blieb bestehen. Die "restaurative Utopie" hielt sich noch einige Zeit. Und sie wurde - so sie heute überwunden ist - wohl mehr durch die normative Kraft der faktischen Entwicklung, eher bedauernd als durch bessere Einsicht, endgültig ad acta gelegt.

Aus der Erkenntnis, daß die christliche Gesellschaft gescheitert war, folgte die Konzentration auf die Gesellschaft "Kirche". Das Zerschlagen der christlichen Gesellschaft, die zwar in die christliche Welt integriert war, aber doch eine nationale Komponente hatte, bewirkte eine stärkere Ausrichtung auf die römische "Zentrale" hin. Wenn also auch die politische Stellung des Papstes mit dem Verlust des Kirchenstaates wie durch den Bedeutungsverlust der Kirche im politischen Raum überhaupt an Gewicht verlor, so stärkte sich seine geistige.

Mit der Erfahrung des Scheiterns des eigenen Konzepts, der Niederlage und der Unterlegenheit konzentrierte man sich auf die eigenen Reihen und versuchte sie geschlossen zu halten. Es kam zum "Marsch ins Getto"¹⁹ oder zutreffender zum "Rückzug in die Festung", um es in der kämpferischen oder sogar militärischen Terminologie auszudrücken, die sich nicht nur auf zeitgenössischen Katholikentagen großer Beliebtheit erfreute, sondern sich bis in theologische Aussagen über die Kirche (*ecclesia militans, acies*

ordinata)²⁰ fortsetzte. Die Gesellschaft wurde zwar nicht völlig auf- oder preisgegeben, aber es war nicht mehr die eigene, die christliche Gesellschaft. Die Gegner, besonders der Liberalismus und der neu hinzugekommene Sozialismus, dominierten. Die Gesellschaft war erst wieder zu rechristianisieren.

O.Köhler faßt die Zeitsituation so zusammen: "Die Idee der Restauration war gescheitert, die bürgerliche Revolution war nicht mehr rückgängig zu machen und hatte mit der Besetzung Roms im gleichen Jahre ihren letzten Sieger errungen, in dem mit dem Kommune-Aufstand in Paris die Geschichte der anti-bürgerlichen Revolution begann. Es handelt sich um einen epochalen Einschnitt in der Geschichte der katholischen Kirche, der sich zwar zunächst als eine fundamentale Veränderung ihres Verhältnisses zur 'Welt' darstellt, der aber sie selbst in ihrem innersten Wesen und Selbstverständnis angeht. Was von Konstantin d.Gr. bis zur Französischen Revolution gegolten hatte, daß nämlich die Kirche alle politischen Figuren in ihren eigenen Organismus aufnehmen, abbilden oder sich anverwandeln konnte, ja: daß sie auch umgekehrt im frühen Abendland die 'imago imperii' zu sein vermochte - dies gilt nun nicht mehr für den liberalen und demokratischen Verfassungsstaat."²¹

Mit dem Verlust der zentralen Stellung der Kirche in der Gesellschaft wurde das Katholische zu einem Sonderbereich in der Kultur, Katholiken zu einer Sondergruppe in der Gesellschaft. Es entstand das, was man "Katholizismus"²² nennt.

2.2.2 Verständnis der Massenkommunikation

So wie das Katholische seine gesamtgesellschaftliche Einbettung verliert, so gerät die Gesamtgesellschaft auch bei der Betrachtung der Massenmedien aus dem Blick. Sie werden als Kampf- und Propagandainstrumente für die eine

oder andere Gruppe betrachtet. Dabei steht die Annahme im Hintergrund, daß Massenmedien eine große Wirksamkeit entfalten.

Sie lassen sich in "gute" und "schlechte"²³ dichotomisieren, je nachdem, in welchen Händen sie sich befinden, d.h. welche Zielvorstellung die sie benützende Gruppe vertritt.

"Schlecht" sind die kommunistischen²⁴, faschistischen²⁵ und nationalsozialistischen²⁶ Massenmedien. So betreibt der Kommunismus eine dämonische Propaganda, eine "Propaganda, die mit Flugblättern wirbt und Zeitschriften, in Lichtspielen, in Theatern, durch das Radio, in den Schulen, an den Universitäten sogar, und die nach und nach alle Kreise der Bevölkerung erfaßt, auch die besseren, ohne daß sie das Gift auch nur gewahr werden, das mehr und mehr in ihren Geist und in ihr Herz eindringt."²⁷

"Schlecht" sind aber auch zu einem erheblichen Teil die nicht parteigebundenen Massenmedien. "Ein weiteres mächtiges Hilfsmittel zur Verbreitung des Kommunismus ist eine wahre Verschwörung des Schweigens bei einem Großteil der nicht katholischen Weltpresse."²⁸

Der gegnerischen Propaganda müssen die Katholiken mit "Gegenpropaganda" entgegentreten. Dementsprechend "gehört es zum Aufgabenkreis der Katholischen Aktion, mit mündlicher und schriftlicher Propaganda in weitesten Schichten jene fundamentalen Grundsätze zu verbreiten, die dem Aufbau einer christlichen Gemeinschaftsordnung dienen"²⁹. Der katholischen Presse kommt dabei ein wichtiger Beitrag zu. "Sie kann und muß in erster Linie auf mannigfaltige und anziehende Weise dafür sorgen, daß die Soziallehre immer besser verstanden werde. Sie soll sachlich genau, aber auch mit hinreichender Ausführlichkeit über die Tätigkeit der Feinde unterrichten und die Kampfmittel darlegen, die sich in verschiedenen Ländern als die wirksamsten erwiesen haben. Sie soll gute Ratschläge erteilen und warnen vor den Listen und Schlichen,

mit denen die Kommunisten gutgläubige Menschen nicht ohne Erfolg zu sich herüberzuziehen suchen."³⁰

"Schlecht" sind die nicht katholischen Massenmedien überwiegend aber auch deshalb, weil sie die (sexuelle) Moral gefährden. "Nicht mehr bloß im Geheimen und im Dunkeln, sondern vor aller Öffentlichkeit, ohne jedes Schamgefühl, in Wort und Schrift, in Schauspielen jeder Art, in Romanen, in leidenschaftlichen und schlüpfrigen Erzählungen, in Kinodarstellungen, in Rundfunkvorträgen, kurz, mit allen Erfindungen der Neuzeit wird die Heiligkeit der Ehe in den Staub gezogen oder der Lächerlichkeit preisgegeben."³¹

"Gute" Massenmedien vertreten die Sache der katholischen Kirche und des Glaubens, möglichst in Subordination unter die kirchliche Hierarchie und in Einheit mit dem Papst. Auf diese Weise reduziert sich die Ethik der Massenkommunikation zu einer Ethik der innerkirchlichen Kommunikation. Sie zielt nach innen auf Einheit und Geschlossenheit, obrigkeitliche Kontrolle und Zensur, - für den kirchlichen Binnenraum entspricht sie also Position I - und nach außen auf "Propaganda". Sie richtet sich an die katholischen Kommunikatoren, aber auch an die Rezipienten, die sie unterstützen müssen, vor allem indem sie die "gute Presse" und nur diese lesen.³²

2.2.3 Bewertung

Diese Position bleibt für die Entwicklung einer Ethik der gesellschaftlichen Massenkommunikation letztlich arm an Ertrag.

"Angesichts dieser kulturkämpferischen Devise mit ihrer Einengung des modernen Problems der Massenkommunikation auf die diffuse Qualifikation von schlecht und gut und die einseitige Wertung der Kommunikationsmittel als Propagandainstrument, als 'treueste Gehilfen des christlichen Apostolates' war die Zeit zu einer positiven

Ethik der Information mit der Betonung der Eigenverantwortlichkeit der Informatoren unter Berücksichtigung der Eigengesetzlichkeiten moderner Medienkommunikation noch nicht reif."³³

Allerdings hat die Sichtweise, die Massenmedien als Instrumente gesellschaftlicher Teilgruppen versteht, mit denen diese ihre Position ausdrücken und andere Gruppen überzeugen können, durchaus ihre Berechtigung und verdient festgehalten zu werden. Nur verhindert die höchst einseitige, von vornherein in "gut" und "schlecht" dichotomisierende Perspektive ein Verständnis für die ethische Qualität und die gesellschaftliche Bedeutung der geistigen Auseinandersetzung mit Hilfe der Massenmedien.

Historisch gesehen hat diese Position zu einer starken Entwicklung der katholischen Medien geführt, aber auch zu ihrem Gettodasein beigetragen.

2.3 Position III: Massenkommunikation unter dem Anspruch gesellschaftlicher Verständigung - oder: die Forderung nach Sicherung des Forumcharakters

Diese Position beginnt sich bei Pius XII. zu entwickeln.³⁴ Er und seine Nachfolger werden dieser Position zugerechnet. Als ihre Summe kann die im Auftrag des 2. Vatikanischen Konzils entstandene Pastoralinstruktion "Communio et progressio" von 1971 bezeichnet werden, die deshalb auch stellvertretend für diese Position und als ihr bisheriger Höhepunkt referiert wird.

2.3.1 Hintergrund

In der Zeit nach dem 2. Weltkrieg hat sich ein Einstellungswandel der Kirche gegenüber der pluralistischen Gesellschaft und der "modernen Zeit" ereignet, der am sichtbarsten im 2. Vatikanischen Konzil zum Ausdruck ge-

kommen ist. Die Kirche scheint sich mit einer freiheitlichen, weltanschaulich pluralistischen Gesellschaft, mit den Freiheitsrechten des Menschen, "mit dem Fortschritt, mit dem Liberalismus und mit der neuen Menschheitsbildung versöhnen und befreunden zu können"³⁵.

Zu diesem Wandel hatten sicher die Erfahrungen mit den totalitären Regimen des Faschismus und Kommunismus beigetragen, die in der totalen Integration der Gesellschaft gemäß einer leitenden Idee formale Ähnlichkeiten mit dem alten Konzept einer christlichen Gesellschaft aufwiesen, auch wenn inhaltlich schon durch den Atheismus dieser Systeme unüberbrückbare Differenzen bestanden. Realisierte nicht z.B. der Nationalsozialismus die strenge Zensur, die Gregor XVI. forderte, oder die Bücherverbrennung, von der in der Apostelgeschichte berichtet wird und auf die Gregor zustimmend hinwies?

Die Auseinandersetzung mit diesen atheistisch-totalitären und menschenverachtenden Systemen konnte nun prinzipiell auf zweierlei Weise geschehen. Ihnen konnte entweder ein Konzept einer christlichen Gesellschaft, das wiederum totalitäre Züge zeigen mußte, oder ein antitotalitäres, freiheitlich-demokratisches und pluralistisches Ideal entgegengestellt werden. Die erste Möglichkeit schied schon deswegen aus, weil sie keine Chance auf praktische Realisierung hatte, aber wohl auch, weil Faschismus und Kommunismus Lernprozesse in Sachen Totalitarismus überhaupt in Gang gesetzt haben.

Diese zeigten sich deutlich in den Weihnachtsansprachen, die Pius XII. in den Kriegsjahren 1943 und 1944 gehalten hat. So sagte er in der Rundfunkansprache "Benignitas" 1944, die Überzeugung habe um sich gegriffen, "daß die Welt nicht in der verhängnisvollen Wirbel des Krieges hineingezogen worden wäre, wenn die Möglichkeit bestanden hätte, die Tätigkeit der öffentlichen Gewalt zu überprüfen und zu berichtigen, und daß es notwendig ist, im

Volk selbst wirksame Sicherungen zu schaffen, um für die Zukunft die Wiederholung einer ähnlichen Katastrophe zu vermeiden"³⁶. Die Entwicklung setzte sich fort in der Theologie der Menschenrechte bei Johannes XXIII. und führte "zur vorbehaltlosen Anerkennung des weltanschaulich pluralistischen Staates"³⁷ durch das 2. Vatikanische Konzil.³⁸

Dahinter steht die Überzeugung, daß Gruppen ihrer "Wahrheit", und sei es die Wahrheit schlechthin, nicht mit Machtmitteln Geltung verschaffen dürfen, sondern nur im Austausch und "Wettstreit" der Meinungen.³⁹

2.3.2 Ethik der Massenkommunikation in "Communio et progressio"

Wie bereits gesagt, wird hier die Pastoralinstruktion "Communio et progressio" dargestellt. Dabei verzichte ich allerdings auf die Analyse des dritten Teils, der sich im wesentlichen mit der innerkirchlichen Kommunikation und dem Gebrauch der Medien durch die Kirche befaßt, und für eine Ethik der Massenkommunikation von untergeordnetem Interesse ist,⁴⁰ wie auf die Darstellung der "Theologie der Massenkommunikation" die für die ethischen Überlegungen ebenfalls ohne Ertrag bleibt.

Ihrer Natur nach zielt die soziale Kommunikation darauf, die Gemeinschaft der Menschen zu vertiefen⁴¹ und das Zusammenleben der Menschen zu fördern.⁴² So beginnt denn "Communio et progressio" mit dem Kerngedanken: "Gemeinschaft und Fortschritt der menschlichen Gesellschaft sind die obersten Ziele sozialer Kommunikation und ihrer Instrumente."⁴³

Dieses Ziel realisiert soziale Kommunikation aber nicht immer und überall, gewissermaßen an sich. Die Massenkommunikation kann mißbraucht und pervertiert werden,

"so daß die höchsten Werte des menschlichen Lebens verneint oder verfälscht werden"⁴⁴. Es geht also darum, die sozialen Kommunikationsmittel so zu gebrauchen, daß ihr eigentliches und oberstes Ziel "Gemeinschaft und Fortschritt der menschlichen Gesellschaft" erreicht wird. Dazu will die Pastoralinstruktion Grundsätze darstellen.

Dabei geht sie vom kommunikationswissenschaftlichen Modell der Spiegelungs- und Forumshypothese aus und die lange vorherrschende (Groß)Machthypothese tritt in den Hintergrund, wiewohl sie - zu recht - nicht ganz aufgegeben wird.⁴⁵ "Sie vermitteln nämlich jedermann ein Bild des Lebens in der heutigen Welt und Öffnen Geist und Sinn für die gegenwärtige Zeit. ... Ihrem inneren Wesen nach sind diese Erfindungen darauf angelegt, die Probleme und Erwartungen der menschlichen Gesellschaft sichtbar zu machen, dadurch schneller Antworten zu finden und die Menschen in immer engere Verbindung zu bringen."⁴⁶ Und später wird formuliert: "Die neue Technik für den Austausch unter den Menschen versammelt die Zeitgenossen sozusagen um einen runden Tisch. ... Denn durch diese Instrumente wird das tägliche Gespräch der einzelnen aufgenommen, angeregt und weithin verbreitet. So wird das öffentliche Gespräch der ganzen Gesellschaft durch diese Medien ermöglicht und überall vernehmbar."⁴⁷

Die Sicherung des Forumcharakters - als Beachtung der Eigengesetzlichkeit - ist damit Norm der Kommunikationsethik. So dürfen beispielsweise nicht einfach die Meinungen bestimmter Gruppen der Gesellschaft ausgeschlossen oder verzerrt wiedergegeben werden.

Damit die sozialen Kommunikationsmedien ihren sachgerechten Dienst leisten können, werden bestimmte Forderungen an die am Kommunikationsprozeß beteiligten Personen und Institutionen gerichtet. Der moralische Appell an

die einzelnen Akteure (Kommunikatoren und Rezipienten), der in Position II vorherrschte, wird ergänzt durch die Berücksichtigung struktureller Gegebenheiten, die ja das Handeln wesentlich mitbestimmen und "angesichts" derer das Appellieren an das Gewissen und den guten Willen sinnlos sein kann. So kann die Werbeabhängigkeit von Medien die Freiheit und Objektivität der Berichterstattung trotz des besten Willens der Kommunikatoren beeinträchtigen.⁴⁸ Hier sind gesellschaftliche Regelungen notwendig. "Communio et progressio" fordert also nicht nur bestimmte Einstellungen und Verhaltensweisen von den Beteiligten, sondern auch bestimmte gesellschaftliche und gesetzliche Regelungen, deren eigentliches Ziel es ist zu verhindern, daß der gesellschaftliche Dialog zu einem Monolog wird.⁴⁹

Selbstverständlich erschöpft sich die Pastoralinstruktion nicht in strukturellen Erwägungen zur sozialen Kommunikation, sondern betont den großen Anteil, den der Mensch an ihrem Funktionieren hat.⁵⁰ Sie verzichtet also keineswegs auf die Entwicklung eines Journalisten- und Rezipientenethos. Aber auch hier wird erkannt, daß Appelle nicht genügen. Deswegen geht sie im Vergleich zu anderen Dokumenten sehr ausführlich auf die Medienpädagogik ein. Den Rezipienten und Kommunikatoren muß Hilfestellung für den sachgerechten Umgang mit den Massenmedien gegeben werden. Dabei wird keine Bewahrpädagogik - "eine Anleitung zum 'rechten' Gebrauch des publizistischen Angebots, die in erster Linie beibringen sollte, wovor sich der gut katholische Leser, Hörer, Seher zu hüten habe"⁵¹ - angezielt, sondern ein Verständnis für "die Funktionsprinzipien der Instrumente der sozialen Kommunikation"⁵². Auch hier bleibt der Blick also offen für strukturelle Gegebenheiten.

Neu ist auch, daß die komplizierten Fragen der internationalen und interkulturellen Kommunikation angesprochen

werden, wenngleich hier sicherlich noch vieles zu klären bleibt.

2.3.3 Bewertung

Mit dieser Position findet die Geschichte des Mißtrauens gegenüber den Massenmedien und der Verurteilung ein Ende. Dazu verhilft eine ethische Betrachtungsweise, die eine soziologische und publizistikwissenschaftliche Analyse der den Massenmedien eigenen Funktionen und Leistungen für die Gesellschaft und ihren Fortschritt zugrunde legt. Dabei wird deutlich, daß die Massenmedien gesamtgesellschaftliche Leistungen erbringen und daß sich ihre Bedeutung nicht darin erschöpfen kann, Beeinflussungsinstrumente für Teilgruppen der Gesellschaft zu sein. Hier läge eine Zerr- und Fehlform vor. So kann seitens der Kirchen ein übersteigter Wahrheitsanspruch an die mediale Kommunikation auf eine angemessene Ebene reduziert werden. Von ihr wird nicht mehr erwartet, daß sie die alles Sein umfassende Wahrheit "verkünd(ig)en", von der die Kirche ausgeht, sondern die Wahrheit "der Kenntnisnahme und Darstellung"⁵³ beachtet, also wahrhaftig und objektiv ist. Folglich können Massenmedien auch nicht mehr nach ihrer "Katholizität" als gut oder schlecht qualifiziert werden.⁵⁴

So bleibt das Fazit, daß mit Position III und besonders mit "Communio et progressio" ein Höhepunkt der bisherigen kirchlichen Auseinandersetzung mit der Massenkommunikation erreicht ist. Dies gilt insbesondere für das im Kontext dieser Arbeit relevante Verständnis der gesellschaftlichen Funktion der Massenkommunikation und der Bedeutung struktureller Gegebenheiten. Im Hinblick auf die individuelle Bedeutung von Massenkommunikation, speziell auch von Unterhaltung, und das nicht ganz spannungslose Verhältnis von Massenkommunikation und personaler Kommunikation - Themenbereiche, die in der Pastoral-

instruktion Fragen offen lassen⁵⁵ - scheint bei Johannes Paul II. eine Weiterentwicklung erkennbar.⁵⁶

2.4 Ertrag und weiteres Vorgehen

Der knappe Überblick in diesem Kapitel konnte deutlich machen, daß die Kirche im Verständnis der Massenkommunikation große Lernprozesse durchgemacht hat - wenn auch manche gezwungenermaßen.

Mit ein wenig "Spekulation" kann in dieser Entwicklung eine dialektische Struktur erkannt werden. Während die Position I die These formuliert, daß die Massenkommunikation der Wahrheit untergeordnet werden muß, versteht Position II als Antithese die Massenmedien als Propagandainstrumente für beliebige Positionen gesellschaftlicher Gruppen. Die Position III hält daran fest, daß Massenmedien im Dienste der Wahrheit stehen, die aber im Prozeß des Austausches und der Auseinandersetzung von Meinungen partikularer Gruppen gefunden werden kann und sich bewähren muß.

Auch wenn im Detail nicht auf "Communio et progressio" zurückverwiesen wird, geht es im folgenden doch darum, die in der Pastoralinstruktion in eher bildhaften Formulierungen ("runder Tisch") dargelegte gesellschaftliche Funktion der Massenkommunikation sozialwissenschaftlich zu bekräftigen und auszudifferenzieren, darauf aufbauend Anforderungen an die institutionelle Regelung der Massenkommunikation zu formulieren und bestehende Ordnungsstrukturen zu analysieren und zu bewerten. Im Gegensatz zur Pastoralinstruktion, deren strukturelle Verweise angesichts des weltweiten Adressatenkreises unter völlig unterschiedlichen kulturellen, gesellschaftlich-politischen, ökonomischen und geographischen Bedingungen notwendig sehr allgemein sind, ermöglicht die Begrenzung auf eine bestimm-

te sozio-kulturelle Situation der vorliegenden Untersuchung sehr viel konkretere und detailliertere Feststellungen, die um der Praxisrelevanz willen notwendig sind.

3. DIE GESELLSCHAFTLICHE BEDEUTUNG UND AUFGABE DER MASSENKOMMUNIKATION UND DIE STRUKTURELLE VORAUS- SETZUNG EINER ENTSPRECHENDEN LEISTUNGSERBRINGUNG

Eine Aussage über die Bedeutung und Aufgabe der Massenkommunikation ist zwar letztlich normativer Natur, kann aber nicht in einem Akt reiner normativer Deduktion gewonnen werden, sondern setzt die empirische Erfahrung und Erforschung dessen, was Massenkommunikation leistet, voraus. Deshalb kommt den entsprechenden Ergebnissen der Sozialwissenschaften eine große Bedeutung zu.

In der sozialwissenschaftlichen Diskussion wird die gesellschaftliche und die speziell politische Bedeutung der Massenkommunikation - jedenfalls im Rahmen systemtheoretischer Ansätze, aber nicht nur da¹ - unter dem Begriff der (politischen) Funktionen des Massenkommunikationssystems verhandelt.² "Funktionen seien vorderhand und vereinfachend als Leistungen verstanden, die von einem sozialen Gebilde oder einem sozialen System für seine Umwelten dauerhaft und regelmäßig erbracht werden."³ Dabei geschieht auch die sozialwissenschaftliche Beschäftigung mit den Funktionen der Massenkommunikation weithin in diesem Spannungsfeld von empirischer und normativer Dimension.⁴ "Das Ziel der sozialwissenschaftlichen Analyse müßte es sein, Maßstäbe zu entwickeln, die sich zwar wie bisher an der normativen Aufgabe der Medien in der Demokratie orientieren, darüber hinaus aber die in der jeweiligen gesamtgesellschaftlichen Konstellation wurzelnden tatsächlich wahrgenommenen Funktionen berücksichtigt und ihre Realisierungsmöglichkeiten unter den obwaltenden kommunikationspolitischen Leitvorstellungen einbezieht."⁵

Ähnlich ist auch der Sinn der in diesem Kapitel vorzunehmenden Formulierung von Aufgaben der Massenkommunikation und konkreten Leistungsanforderungen an sie zu ver-

stehen. Entsprechend der Zielsetzung dieser Arbeit geht es letztlich um die "Frage, ob die kommunikationsstrukturellen Voraussetzungen der Massenkommunikation in unserer Gesellschaft auf diese Leistungserfüllungen hin ausgerichtet sind"⁶ bzw. welche Strukturen diesen Leistungsanforderungen am ehesten gerecht würden.⁷

Auch im juristischen Bereich (ursprünglich wohl fast ausschließlich dort) werden in Rechtssprechung und Literatur normative, gesellschafts- und politikbezogene Fragen der Massenkommunikation behandelt, wobei sich die Diskussionen um den Begriff der "Öffentlichen Aufgabe" und sein spannungsreiches Verhältnis zur Freiheit der Massenmedien zentrieren. Auf das Problem, was Freiheit der Massenmedien im Kontext einer Reihe normativer Forderungen an das Massenkommunikationssystem heißen kann und in wiefern sie auf diese normativen Ansprüche bezogen ist, soll am Ende dieses Kapitels⁸ eingegangen werden.

Leistungen müssen von "jemandem" erbracht werden. "Das Problem der Leistung läßt sich ... auf drei Ebenen diskutieren:

- als Leistung des Systems Massenkommunikation,
- als Leistung von einzelnen Organisationen der Massenkommunikation wie Zeitungen, Zeitschriften, Rundfunkanstalten jeweils als Ganze oder als deren Redaktionen, Abteilungen und Unterabteilungen,
- als Leistung einzelner Kommunikatoren wie Redakteuren, Mitarbeitern, freien Journalisten in ihren jeweiligen journalistischen Rollen."⁹

Dabei soll noch einmal betont werden, daß die Bedeutung der persönlichen Leistung der einzelnen Journalisten nicht gering eingeschätzt werden darf, daß aber die massenkommunikativen Leistungen auch "entscheidend durch organisatorische Zwänge bedingt sind"¹⁰, die wiederum nicht ohne die übergeordnete Struktur des gesamten Massenkommunikationssystems zu verstehen sind. Typisierte Rollen,

Positionen, Normen und Techniken schaffen eine Sozialstruktur des Journalismus, die ihn weitgehend unabhängig von persönlichen Vorzügen und Defiziten macht. "Entscheiden- des Charakteristikum heutiger öffentlicher Kommunikation ist ihre institutionalisierte Unpersönlichkeit."¹¹ Dem- entsprechend geht es hier um die überindividuellen Bedin- gungen der Massenkommunikation, wobei es primär darauf ankommt, daß die geforderten Leistungen zumindest auf der Ebene des Gesamtmediensystems erbracht werden; es muß nicht unbedingt jede organisatorische Untereinheit darauf verpflichtet werden.¹²

Leistungen kommen in der Regel "jemandem" zugute. Auch hier lassen sich analog drei Ebenen unterscheiden: der einzelne, die Gruppen und die sozialen bzw. die politi- schen Systeme.¹³ Die Berücksichtigung dieser analytisch unterscheidbaren Ebenen kann zu einer Differenzierung der folgenden Funktionsdarstellung führen.

3.1 "Herstellen von Öffentlichkeit" als Grundleistung des Massenkommunikationssystems

Der Begriff des "Öffentlichen" bzw. der "Öffentlichkeit" scheint wie kein zweiter geeignet, eine konzeptionelle Gelenkfunktion zwischen "Gesellschaft" bzw. "Politik" und "Massenkommunikation" zu übernehmen. Er kann den engen Zusammenhang zwischen Publizistik, dem "Insgesamt der um die publizistischen Medien ablaufenden prozesse"¹⁴ und "res publica" deutlich machen, ja sogar "Erklärungs- merkmal für die Entwicklung unserer Gesellschaft"¹⁵ sein.

"In den meisten politologischen Konzeptionen wird der Massenkommunikation ein bedeutender Part bei der Organi- sation und Integration des öffentlichen Lebens zugewie- sen. Als Träger und Produzent politischer Öffentlich- keit kommt der Publizistik in einem demokratischen Sy- stem die Aufgabe zu, die Beteiligung aller am politi-

schen Prozeß zu ermöglichen."¹⁶ Die Herstellung von Öffentlichkeit kann als politische Generalfunktion der Massenkommunikation angesehen werden.¹⁷ Sie kann vorerst - und durchaus noch ein wenig zirkulär - als die Eröffnung eines "Raumes" für öffentliche Kommunikation umschrieben werden.

Bevor der Bedeutung der Öffentlichkeit für die politischen Prozesse genauer nachgegangen werden kann, ist zuerst der Begriff "Öffentlichkeit" zu präzisieren.

3.1.1 Zum Begriff "Öffentlichkeit"

"Öffentlichkeit", ebenso wie die um ihn gelagerten und auf seine kommunikative Dimension bezogenen Begriffe "Öffentliche Meinung", "Öffentliche Kommunikation", gehört sicherlich zu den schwierigsten und unklarsten Termini in den Sozialwissenschaften. "An dem Versuch, Öffentliche Meinung klar zu definieren, hatten sich schon Generationen von Philosophen und Juristen, Historikern, Politologen und Publizistikwissenschaftlern die Zähne ausgebeissen."¹⁸ Andererseits ist der Begriff "einfach nicht totzuschlagen" (E.Dovifat). Problematik wie Leistungsfähigkeit der Begriffe "Öffentlich" und "Öffentlichkeit" scheint darin begründet zu sein, daß sie eine Vielfalt konkurrierender Bedeutungen zusammenhalten. Diese unterschiedlichen Bedeutungen stammen aus verschiedenen geschichtlichen Phasen und gehen, in ihrer synchronen Anwendung auf Verhältnisse der industriell fortgeschrittenen und sozialstaatlich verfaßten bürgerlichen Gesellschaft, eine trübe Verbindung ein. Allerdings scheinen dieselben Verhältnisse, die sich gegen den überkommenen Sprachgebrauch zur Wehr setzen, eine wie immer konfuse Verwendung dieser Worte, ja ihre terminologische Handhabung doch zu verlangen."¹⁹

Weder die Umgangssprache noch die Wissenschaften scheinen

"Öffentlichkeit" durch eine präzisere Bezeichnung ersetzen zu können. Gerade in der Verbindung, im In-Beziehungsetzen, könnte die Stärke dieses Begriffs liegen. "Begriffe bewahren häufig in der Mehrdeutigkeit ihrer Verwendungsweisen Problemstellungen, deren Überzeugungskraft in der Möglichkeit liegt, verschiedene Bedeutungen in einem Wort zugleich anzusprechen. Beziehen sich diese Bedeutungen wechselseitig aufeinander, dann artikuliert sich in der Spannung der verschiedenen Bedeutungen ein dem Begriff eigentümliches Problembewußtsein. Aussagen werden möglich, die nur unter Zuhilfenahme umständlich erklärender Präzisierungen auf den Begriff verzichten können, indem sie ihre Evidenz fanden. In diesem Sinne ist 'Öffentlichkeit' eine für den west- und mitteleuropäischen Sprachraum spezifische Kategorie des politisch-sozialen Lebens."²⁰

Wenn darüber hinaus angenommen wird, daß sich in diesem Begriff nicht nur ein Problembewußtsein darstellt, sondern "Antworten eines akuten faktischen Problembewußtseins"²¹ widerspiegeln, die allerdings einer bestimmten geschichtlichen Situation angehören, welche sich von unserer (teilweise) unterscheidet, wird das Dilemma dieses Begriffs deutlich: ihn einfach fallen zu lassen, bedeutet, auf das Problembewußtsein und die Antwort oder wenigstens den normativen Anspruch, der ihr zugrunde liegt, ungeprüft zu verzichten; ihn einfach zu gebrauchen, birgt die Gefahr der Übernahme anachronistischer Lösungen angesichts veränderter gesellschaftlicher Verhältnisse in sich.²²

Den verschiedenen Bedeutungen, die der Begriff "Öffentlichkeit" zusammenhält, soll nun als erstes nachgegangen werden. Hierzu wäre eine begriffsgeschichtliche Darstellung, die von der Antike über das Mittelalter und die Aufklärung bis in die Gegenwart reichen müßte, sicher hilfreich, kann aber an dieser Stelle nicht geleistet

werden.²³

Das Substantiv "Öffentlichkeit" wird im Deutschen erst während des 18. Jahrhunderts aus dem älteren Adjektiv "öffentlich" als Kunstwort zur Übersetzung von "publicité" und "publicity" gebildet und setzt sich nur langsam gegen die direkte Übernahme "Publizität" durch.²⁴ Dabei hat nach der bis ins Althochdeutsche zurückreichenden deutschen Vorgeschichte "Öffentlichkeit" an sich eine wesentlich engere Bedeutung. Es bezeichnet "die Eigenschaft, daß etwas offenbar, tatsächlich bekannt oder doch jedenfalls allgemein zugänglich, der Kenntnissnahme offenkundig ist"²⁵ oder den Bereich, in dem diese Eigenschaft gegeben ist. Die umfassendere Bedeutung von "publicité" und "publicity", die den ursprünglichen Bezug auf ihre Wurzel "populus" bewahrt haben, dringt nur allmählich und nur teilweise in den Bedeutungsgehalt der Begriffe "Öffentlichkeit" und "öffentlich" ein.

Eine Annäherung an das Verständnis von "öffentlich" kann vielleicht bei den negativen Bezugsbegriffen ansetzen: bei "privat" und "geheim".²⁶ In der Abgrenzung zu "geheim" ist die ursprüngliche Bedeutung des Offenbar-seins noch erhalten, allerdings richtet sich der Begriff speziell gegen politische, staatliche Geheimpraxis. In der Unterscheidung zu "privat", als dem abgesonderten, einem einzelnen zugeeigneten Bereich wird der Bezug auf die Allgemeinheit, die Gesellschaft, das Gemeinwesen und damit auch zum Staat deutlich,²⁷ der in den Begriffen "public" und "publicité" grundlegend ist.

W. Huber sucht innerhalb des Begriffs "Öffentlichkeit" vier verschiedene Schichten voneinander abzuheben:²⁸

1. Ausgangspunkt und allgemeinste Schicht bildet der eben angeführte Bezug auf die Gesamtgesellschaft, "auf gesellschaftliche Bedürfnisse und Aufgaben"²⁸, "auf das gemeine Wohl und Interesse"³⁰.

2. Auf einer spezielleren Ebene bezeichnet Öffentlichkeit den allgemein zugänglichen Kommunikationszusammenhang, in dem die Themen, Probleme, Bedürfnisse, Interessen und Aufgaben zur Diskussion stehen, die die Gesellschaft betreffen.

3. Ebenfalls in engerem Sinne verweist Öffentlichkeit auf den Staat, der in besonderer Weise für die allgemeinen Angelegenheiten zuständig ist.

4. "Schließlich ist der Staat verpflichtet beziehungsweise berechtigt, seine Entscheidungen öffentlich bekannt und damit der öffentlichen Kritik und Kontrolle zugänglich zu machen."³¹ Es geht hier also um die Transparenz - um die Öffentlichkeit - staatlichen Handelns als Gegensatz zur Geheimhaltung.

Die innere Zusammengehörigkeit dieser Schichten muß betont werden. Sie kann - je nachdem, wo man den Anfang nimmt - beispielsweise so formuliert werden: der Staat (3) ist dem allgemeinen Wohl (1) verpflichtet, weswegen staatliche Akte öffentlich sein können und müssen (4). Allgemeines Wohl kann nicht anders als in öffentlicher Kommunikation (2) gesucht werden. Durch sie kann und muß auch die Orientierung staatlichen Handelns am Gemeinwohl überprüft werden, was nur möglich ist, wenn staatliches Handeln öffentlich ist (3).

"Herstellung der Öffentlichkeit" als Grundleistung der Massenmedien bezieht sich auf die zweite Ebene. Im folgenden wird denn auch dieser eingeschränkte, aber den Bezug zum umfassenden Verständnis nicht aufgebende, kommunikationsbezogene Öffentlichkeitsbegriff gebraucht. Er zielt dem Ideal nach auf eine kommunikative Beteiligung aller am politischen Prozeß, in den sie ihre Programme, Ziele, Interessen und Forderungen öffentlich einbringen. "Der Lebensnerv der Politik ist seit der griechischen Klassik der Raum der Öffentlichkeit, einer Öffentlichkeit

allerdings, die sich aktiv zur Politik verhält, aus der die politische Ordnung durch Diskussion, Rasonnement, Mitwirkung und Verantwortung erwächst."³²

Öffentlichkeit kann nicht auf von Massenmedien hergestellte Kommunikationsräume reduziert werden. Auch Parteien und Interessenverbände sind Elemente der Öffentlichkeit; auch Reden, Versammlungen und Demonstrationen sind Formen öffentlicher Kommunikation. Allerdings kommt der Massenkommunikation ein dominierendes Gewicht zu. Die angeführten Formen sind in starkem Maße auf Massenkommunikation hin orientiert, in die sie Eingang finden wollen. "Das über die gesamte Gesellschaft gelegte Massenkommunikationsnetz schafft die technischen Voraussetzungen dafür, daß die vielfältigen Gruppen der Gesellschaft mit- und untereinander kommunizieren können und dies auch zwischen den Gesellschaften möglich wird."³³ Öffentlichkeit wird also überwiegend von der Massenkommunikation "hergestellt", wobei Herstellung durchaus im Sinne eines technischen Produktionsvorgangs analog zu dem anderer Güter zu verstehen ist.³⁴

Je nachdem, auf welches Sozialgebilde Öffentlichkeit bezogen ist, lassen sich verschiedene Teilöffentlichkeiten abgrenzen. Nach sozialräumlichen Gesichtspunkten lassen sich lokale, regionale, nationale und internationale Öffentlichkeiten unterscheiden, in denen Angelegenheiten der jeweiligen (Teil)gesellschaften verhandelt werden. Ebenso lassen sich in Bezug auf funktionale Untergliederungen und umschreibbare Gruppen Teilöffentlichkeiten feststellen: Kirchliche Öffentlichkeit, Betriebsöffentlichkeit, Parteiöffentlichkeit, Sportöffentlichkeit... In diesem Zusammenhang kann gefragt werden, ob sich eine "politische Öffentlichkeit" als Teilöffentlichkeit aussondern läßt, oder ob Öffentlichkeit grundsätzlich politisch ist.

Wenn Öffentlichkeit der allgemein zugängliche Kommunikationszusammenhang ist, in dem Themen diskutiert werden, die die Gesellschaft insgesamt betreffen, so entsteht eine im weiteren Sinne politische Kommunikation. Im engeren und eigentlichen Sinne politisch ist sie nur dann, wenn eine allgemein verbindliche Entscheidung zur Diskussion steht, wenn also die Probleme einem politisierten gesellschaftlichen Bereich zugehören oder die Frage seiner Politisierung selbst Gegenstand ist. Wenn man darüber hinaus bedenkt, daß durch die Massenmedien immer stärker "Themen des alltäglichen und intimen Lebens in aller 'Öffentlichkeit' behandelt werden"³⁵, erscheint es durchaus sinnvoll, politische Öffentlichkeit als Teilöffentlichkeit zu begreifen. Sie ist allerdings Öffentlichkeit im Vollsinn des Wortes, weil es hier um die allgemeinen Angelegenheiten geht, für die eine allgemeine Lösung gesucht wird.

3.1.2 Bedeutung der Öffentlichkeit

In der Öffentlichkeit verhandelt - wie gesagt - die Gesellschaft die Angelegenheiten, die sie insgesamt betreffen. Sie stellt also "diejenige Dimension aller gesellschaftlichen Lebensvollzüge dar, in der die allgemein zugängliche Artikulation und gemeinsame Befriedigung von Bedürfnissen, der Austrag kollektiver Interessenkonflikte, die Bestimmung und Veränderung von Lebensverhältnissen für viele Menschen, die Konsensusbildung gesellschaftlich handelnder Gruppen zur Rede stehen"³⁶. In der Artikulation von Bedürfnissen, im Versuch ihrer Durchsetzung, der auf anders gelagerte Interessen anderer gesellschaftlicher Gruppen stößt, in der Anstrengung der Konfliktlösung als Konsens oder Kompromiß, ist die Struktur, der Wandel und der Fortschritt der Gesellschaft Thema. Der Anspruch, daß dies mittels Kommunikation und dazu öffentlicher geschehen soll, ist im Gedanken der Rationalität, der Partizipation und Gleichberechtigung begründet und enthält

ein politisches Programm, das der Herrschaftsfreiheit als - gewiß nur schritt- und ansatzweise zu realisierendem - Ziel verpflichtet ist.

Öffentlichkeit ist eine kontrafaktische Bedingung jeder Demokratie. Das heißt: Jede Demokratie läßt sich von der Utopie leiten, daß ihr gesellschaftliches Leben auf dem zwanglosen Konsens der Bürger beruhen sollte. Dieser Anspruch, obwohl ständig gefährdet und nie voll eingeholt, bleibt ein notwendiges Richtmaß für jede Demokratie.³⁷

Auf den aufklärerischen Gedanken, daß durch öffentliche Diskussion die Wahrheit, d.h. im praktischen Sinn, die Gerechtigkeit am ehesten ermittelt wird, kann nicht verzichtet werden.³⁸ Damit ist keine Garantie der Vernünftigkeit politischer Entscheidungen gegeben, jedoch eine Erhöhung der Wahrscheinlichkeit, daß vernünftigere Lösungen nicht übersehen werden.³⁹ "Die 'Herrschaft' der Öffentlichkeit ist ihrer eigenen Idee zufolge eine Ordnung, in der sich Herrschaft überhaupt auflöst; veritas non auctoritas facit legem."⁴⁰ Das heißt, sie entwirft "die Idee der Auflösung der Herrschaft in jenen leichtfüßigen Zwang, der nurmehr in der zwingenden Einsicht einer öffentlichen Meinung sich durchsetzt"⁴¹. Dabei mag im Laufe der geschichtlichen Entwicklung der "Glaube" an die Vernunftbegabung des Menschen generell erschüttert worden sein, wie die an die rationale Qualität öffentlicher Kommunikation im besonderen.⁴² Trotzdem ist keine Alternative erkennbar; weder die Auslieferung von Entscheidungen an die Dezision von Führungseliten noch die Unterwerfung unter einen vorgeblichen Sachzwang läßt ein höheres Maß an Vernunft erwarten.⁴³ Nur vom Bemühen um öffentliche Kommunikation, um die "Entschränkung von Kommunikation" (J.Habermas) im Hinblick auf Teilnehmer und Gegenstandsbereiche ist eine Zunahme an Rationalität zu erwarten.

Öffentlichkeit zielt auf Partizipation und setzt Partizipationsmöglichkeit aller voraus. "Eine Öffentlichkeit, von der angebbare Gruppen eo ipso ausgeschlossen wären, ist nicht etwa nur unvollständig, sie ist vielmehr gar keine Öffentlichkeit."⁴⁴ Sie ist dann nicht mehr der Raum, "in dem der Pluralismus der Meinungen und Interessen sich entfalten"⁴⁵ und darstellen kann, nicht mehr das Forum, in dem sich alle an der Diskussion und der Willensbildung der für sie relevanten und sie betreffenden Entscheidungen beteiligen können. Wenn wesentliche Bedürfnisse, Interessen und Positionen von der Öffentlichkeit ausgeschlossen bleiben, kann sie die "Rückbindung der politischen Entscheidung an die Bedürfnisse und Erwartungen der Staatsbürger"⁴⁶ nicht leisten. Auch der Anspruch der Rationalität geht dann verloren, in die sich Herrschaft der Idee nach auflösen soll. Öffentlichkeit würde zu einem von partikularen Machtgruppen dominierten Raum und selbst zu einem Instrument der Herrschaft.

3.1.3 Historischer Wandel der Öffentlichkeit⁴⁷

Öffentlichkeit ist keine Erfindung der Gegenwart und auch nicht der Neuzeit. Institutionalisierte Kommunikationsformen, in denen die Gesellschaftsmitglieder ihre öffentlichen Angelegenheiten gemeinsam behandelten und entschieden, gab es auch in früheren Gesellschaften. O.Negt weist auf die Thing-Stätten der germanischen Stämme, auf das Forum Romanum und den Marktplatz Athens hin.⁴⁸ Grundlegend für unser heutiges Verständnis ist aber die mit der gesellschaftlichen Stellung des Bürgertums sich entwickelnde bürgerliche Öffentlichkeit. "Bürgerliche Öffentlichkeit läßt sich vorerst als die Sphäre der zum Publikum versammelten Privatleute begreifen; diese beanspruchen die obrigkeitlich reglementierte Öffentlichkeit alsbald gegen die öffentliche Gewalt selbst, um sich mit dieser über die allgemeinen Regeln des Verkehrs in der grundsätzlich pri-

vatisierten, aber öffentlich relevanten Sphäre des Warenverkehrs und der gesellschaftlichen Arbeit auseinanderzusetzen. Eigentümlich und geschichtlich ohne Vorbild ist das Medium dieser politischen Auseinandersetzung: das öffentliche Rässonement."⁴⁹

Politisch wollte das Bürgertum nicht, wie die alten Stände, Herrschaft teilen und vertraglich festlegen. Es war kein Herrschaftsstand. Es wollte vielmehr Herrschaft verändern, indem es sie der Kontrolle öffentlicher Diskussion unterwarf, und sie zugleich minimieren, indem sie auf die notwendigsten Funktionen beschränkt wurde. In der Beschränkung der obrigkeitlichen Macht sollte der Bereich der bürgerlichen Gesellschaft als private, "herrschaftsfreie" Sphäre gesichert und zugleich durch öffentliche Diskussion dafür gesorgt werden, daß die noch notwendigen, allgemeinen, politisch zu treffenden Regelungen den Bedürfnissen des Bürgertums und den Ansprüchen der Rationalität genügten.

Damit war Herrschafts- und Gewaltfreiheit intendiert. Aber die bürgerliche Öffentlichkeit mußte diesen Anspruch verfehlen, da sie im Hinblick auf die Themen wie auf die Teilnehmer exklusiv war. Das Besitz- und Bildungsbürgertum verhandelte seine Interessen. Eigentum als Grundlage einer autonomen Lebensgestaltung war "Zulassungsvoraussetzung" zur öffentlichen Kommunikation.⁵⁰ Die thematische Beschränkung ergab sich schon aus der Ausgrenzung der bürgerlichen Gesellschaft, insbesondere der Wirtschaft, als privater Sphäre, die nicht in öffentlicher Kommunikation zu regeln war. Bereits diese Festlegung erwies sich als in höchstem Maße von partikularen Interessen bestimmt und konnte nur mit Gewalt gegenüber den Lohnarbeitern und ihren entstehenden Organisationen durchgehalten werden.⁵¹

Da die Interessenbasis also gleichgerichtet war und antagonistische Interessen von vornherein ausgeschlossen waren, war "vernünftige" Diskussion und Konsensbildung

innerhalb eines solchen Publikums relativ leicht, zu leicht. Der hier gefundene Konsens durfte nicht mit dem Richtigen und Rechten gleichgesetzt werden. Er war nicht geeignet, Herrschaft in Rationalität überzuführen. Er mußte unter Umständen mit Gewalt gegenüber anderen Gruppen durchgesetzt werden, die von der Teilnahme an dieser Öffentlichkeit ausgeschlossen waren.

Bürgerliche Öffentlichkeit war also von Herrschaft geprägt und trotzdem war ihr ein anderer Anspruch immanent. "Auf der Basis der fortwährenden Herrschaft einer Klasse über die andere hat diese gleichwohl politische Institutionen entwickelt, die als ihren objektiven Sinn die Idee ihrer eigenen Aufhebung glaubhaft in sich aufnehmen."⁵²

Den normativen Kern des bürgerlichen Öffentlichkeitsbegriffs gilt es zu sichern. Dazu darf sie nicht exklusiv, sondern muß als gesellschaftliche Öffentlichkeit mit Zugangsmöglichkeit für alle gesellschaftlichen Schichten, Klassen oder Gruppen realisiert werden. Dabei ist klar, daß auch die Form der bürgerlichen Öffentlichkeit, die auf kleinen, intellektuellen Zirkeln basierte, "in denen taktvoll und hochgradig kognitiv, von Angesicht zu Angesicht kommunizierend, zu überzeugen versucht wurde"⁵³, der Sozialstruktur der industrialisierten, von Komplexen organisierten Handlungssystemen bestimmten, heutigen Gesellschaft nicht mehr angemessen ist.

Auch das Verhältnis von Staat und Gesellschaft hat sich grundlegend gewandelt. Der Staat dringt immer stärker in die ehemals private Sphäre ein. Umgekehrt steht der Intervention des Staates - als Sozialstaat - in die Gesellschaft auch eine Vergesellschaftung des Staates gegenüber, die sich zum einen schon daraus ergibt, daß der Gesellschaft kein obrigkeitlicher, sondern ein demokratischer Staat entgegensteht, dem die Gesellschaft nicht konfrontiert ist, sondern den sie "hervorbringt".⁵⁴

"Staat und Gesellschaft stehen einander nicht mehr feindselig oder antagonistisch gegenüber, sondern durchdringen einander auf die vielfältigste Weise."⁵⁵

In diesem Durchdringungsbereich ist kein Platz für ein Publikum politisch rässonierender Privatleute. In diesem Kontinuum von Staat und Gesellschaft wirkt "nicht mehr der einzelne, der Privatmann, oder die Summe der einzelnen, sondern in ihm haben sich die Großgebilde der Wirtschaft, des Berufslebens, der Kultur, also die Interessenmächte angesiedelt. Auch die politischen Parteien wurzeln in diesem Bereich."⁵⁶ Zwischen diesen Organisationen spielt sich der Prozeß des Interessenausgleichs und des Machtvollzugs ab.

Angesichts dieser Situation kann man nur bei Strafe des Anachronismus einfach am Modell bürgerlicher Öffentlichkeit festhalten. Man verfällt dann nicht nur seinen alten Widersprüchlichkeiten, sondern auch neuen, die aus dem Fehlen der Prämissen durch den Wandel der sozialstrukturellen Gegebenheiten entstehen.

Öffentliche Kommunikation kann nicht mehr von der Sozialform der Gruppe, des "Zirkels", getragen werden, sondern benötigt ein organisiertes, ausdifferenziertes Sozialsystem, das in seiner Komplexität und Leistungsfähigkeit der Komplexität und dem Organisationsgrad seiner Umwelt angepaßt ist, um die notwendigen Leistungen erbringen zu können. Öffentlichkeit muß in und zwischen den gesellschaftlichen Organisationen institutionalisiert werden, um dem einzelnen über seine Mitgliedsrolle in verschiedenen dieser Organisationen Partizipation zu ermöglichen, aber auch um zu einer informierteren Wahrnehmung der direkt politikbezogenen Handlungen als Wähler, aber auch beispielsweise als Demonstrant, beizutragen.

Ziel muß eine Struktur öffentlicher Kommunikation sein, die keine Themen, Positionen und gesellschaftlichen Grup-

pen ausschließt, und damit tatsächlich Öffentlichkeit der ganzen Gesellschaft ist. Die Realisierung hängt in erheblichem Maße von den Strukturen der Massenkommunikation ab.

Im folgenden werden nun einzelne Funktionen der Massenkommunikation für einen demokratischen politischen Prozeß dargestellt, die sich letztlich als Ausdifferenzierung der Überfunktion "Herstellung von Öffentlichkeit" interpretieren lassen, und durch die die Leistungsanforderungen an die Massenkommunikation konkreter werden.

3.2 Informationsfunktion

Der Begriff "Information" ist mehrdeutig. Er soll hier weder im Sinne der mathematisch orientierten Informationstheorie⁵⁷ noch der Semiotik⁵⁸ gebraucht werden, die menschlicher, in soziale Voraussetzungen eingebundener Kommunikation nicht gerecht werden. Versucht man einen "sozialrelevanten Informationsbegriff zu entwickeln, so besteht dessen entscheidendes Kriterium im Neuigkeitscharakter. Information hat die Funktion, neuartig zu wirken, und zwar für mindestens einen der am Kommunikationsprozeß Beteiligten."⁵⁹ Informiert wird durch Kommunikation. Damit stellt Kommunikation potentielle Information dar; potentiell deshalb, da nicht jede Mitteilung für jeden möglichen Kommunikationspartner einen Neuigkeitswert enthält. Insofern ist Information eine "flüchtige" Kategorie, die einer Mitteilung bei einer Wiederholung nicht mehr zukommt, im Gegensatz zur Bedeutung, die bestehen bleibt. Zugleich kann die Informationshaltigkeit einer Mitteilung also auch nur unter Berücksichtigung des Kenntnisstandes der am Kommunikationsprozeß Beteiligten festgestellt werden.

Mit der Informationsfunktion wird - primär aus der Sicht des einzelnen - die passive Seite des Informiertwerdens

im Prozeß der Massenkommunikation angesprochen.⁶⁰

Die Ereignishaftigkeit der Welt bzw. der Weltgesellschaft kann nur noch äußerst partiell direkt wahrgenommen werden. "Die Welt wird heute hochgradig indirekt, und zwar symbolisch-expressiv durch besondere Kommunikationssysteme, vor allem durch Journalismus erlebt."⁶¹ Wir sind heute unabdingbar auf "sekundäre Erfahrung", d.h. auf im wesentlichen massenkommunikativ übermittelte Information angewiesen, da das Leben eines jeden von Tatbeständen mitbestimmt wird, die weit über seinen Erlebnishorizont hinausgehen.⁶² Nur so ist eine Orientierung und ein erfolgreiches Handeln in den verschiedenen Lebensbereichen, in denen der einzelne steht, überhaupt noch möglich. "Insbesondere ist ein einigermaßen sachgerechtes Mitwirken der Bürger an den politischen Entscheidungen ohne diese Orientierungsgrundlage je länger desto weniger denkbar."⁶³

Allerdings kann die Informationsleistung nicht in der Weise erfolgen, daß die ganze Ereignishaftigkeit, die ganze Neuigkeit der Welt über das Massenkommunikationssystem an den einzelnen herangetragen wird. Dies würde die Informationsverarbeitungskapazität des Rezipienten, aber natürlich auch des Journalismus, übersteigen und keinen Beitrag zur Orientierung leisten. Die sekundäre Realität der Massenmedien stellt notwendig und immer schon eine selektive und systematisierte Reduktion der Wirklichkeit dar.⁶⁴

Aber auch diese reduzierte Wirklichkeit kann noch zu einer "Informationsüberflutung" führen. So kann man mit einiger Berechtigung davon ausgehen, daß die Probleme bei der Erfüllung der Informationsfunktion heute nicht in einem Zuwenig, sondern eher in einem Zuviel an Information liegen.⁶⁵ Primär ist das Problem aber nicht in einer generellen quantitativen Verringerung der im Massenkommunikationssystem erreichbaren Information zu lösen, sondern vielmehr durch eine konsequente Orientierung am Rezipienten,

für den Journalismus "die Bedingungen zur Möglichkeit der Teilhabe an Welt mittels bereitgestellter Themen zu schaffen"⁶⁶ hat. "Mehr Information durch Information, d.h. die funktionsgerechte Strukturierung des Informationswesens im Sinne wirkungsvoller Filtrierung und Qualifizierung des Überangebots an Information zuhanden unterschiedlicher Interessen und Bedürfnislagen, wäre also zu wünschen."⁶⁷ Dies bedeutet letztlich eine noch stärkere Differenzierung der Massenkommunikation; die Gefahr der Abschottung in gruppenspezifischen "Informations-Gettos" sollte nicht ganz übersehen werden.

Eine Transparenz der politischen Entscheidungsprozesse auf allen Ebenen des Systems um der Partizipation der Bürger willen müßte Ziel sein. "Konkret bedeutet das: Massenmedien haben das politische Geschehen so darzustellen, daß das Ringen der verschiedenen Interessen um Einfluß auf die politischen Entscheidungen sichtbar wird. Sie müssen zeigen, welche und wessen Interessen in politische Probleme verwickelt sind und eventuell gegeneinander stehen, wie sich diese Interessen organisieren, zum Ausdruck bringen und schließlich in die Inhalte politischer Programme und Entscheidungen eingehen bzw. von den politischen Entscheidungsträgern nicht berücksichtigt werden."⁶⁸ Dies alles müßte auf eine Weise geschehen, die am - nicht nur schichtspezifisch - je unterschiedlichen Verstehenshorizont von Rezipientengruppen ansetzt und den Bezug zur jeweiligen Lebenswelt sichtbar machen kann. Eine solche kommunikative Teilhabe am gesellschaftlichen Geschehen ist notwendige Voraussetzung einer aktiven Teilnahme an der Gestaltung der sozialen Welt.⁶⁹

Informationsleistung erbringt das Massenkommunikationssystem aber nicht nur für den einzelnen, sondern auch für die gesellschaftlichen Organisationen, die von einer bestimmten Größenordnung und Komplexität an in der Regel eigene Rezeptionsstrukturen zur Auswertung der Massenmedien

ausdifferenzieren, und für das politische System im engeren Sinne, das permanent Informationen über gesellschaftlichen Entscheidungsbedarf und die dazu bestehenden unterschiedlichen Meinungen braucht, um angemessen handeln zu können.⁷⁰ Dieser Informationsinput des politischen Systems besteht zu einem wesentlichen Teil aus Interessenartikulationen gesellschaftlicher Gruppen, auf die sich der folgende Abschnitt konzentriert.

3.3 Artikulationsleistung

Die Artikulations- ist mit der Informationsfunktion eng verbunden. Sie bildet letztlich deren Kehrseite. Was sich für die eine gesellschaftliche Gruppierung als Möglichkeit darstellt, die eigene Willensbildung vor dem Publikum zu artikulieren, erweist sich für eine andere, wie für den einzelnen Rezipienten, als Information über deren Position. Während die gesellschaftlichen Gruppen wie auch der Staat sowohl die Informations- wie die Artikulationsleistung nutzen, bleibt dem einzelnen Rezipienten in der Regel nur die Informationsfunktion.⁷¹ Da Massenkommunikation für ihn normalerweise keine Artikulationsmöglichkeit vorsieht, bleibt die Unterscheidung aus seiner Sicht sinnlos.

Die Artikulationsfunktion ist also primär auf die gesellschaftlichen Gruppen, nicht auf den einzelnen bezogen. Er darf allerdings erwarten, daß seine Bedürfnisse und Interessen, sofern sie nicht singulär sind, sondern von einer größeren Zahl von Gesellschaftsmitgliedern geteilt werden, in der öffentlichen Kommunikation vertreten sind.

Durch die Artikulationsleistung des Massenkommunikationssystems ist es Gruppen möglich, ihre Anliegen und Positionen vor das Publikum zu tragen, auf solche Äußerungen von anderen Gruppierungen zu reagieren, ihnen zu widersprechen, sie zu korrigieren oder zu unterstützen und

solche Reaktionen auf eigene Darstellungen wiederum aufzugreifen. Zugleich sind diese Äußerungen der Gruppen auf das politische System gerichtet und bringen grundsätzliche und konkrete Handlungserwartungen, aber auch Kritik an staatlichen Entscheidungen zum Ausdruck.

Auf der Ebene der Gruppen, Vereinigungen, Interessenverbände und Parteien kommt also ein Kommunikationsprozeß in Gang, für den die Übertragung der personalen Kategorie "Gespräch" insofern berechtigt ist, als hier eine gewisse Symmetrie der Position und ein Wechseln vom expressiven in den rezeptiven Zustand für diese einzelnen "Gesprächsteilnehmer" gegeben ist.

Von dieser Kommunikation, die durch Massenmedien zum Teil erst möglich, jedenfalls aber erst öffentlich gemacht wird, so daß sie von allen Bürgern verfolgt werden kann, wird eine Steuerung des politischen Prozesses erwartet.⁷² In ihren Themen zeigen sich gesellschaftliche Probleme, die politisches Handeln erforderlich oder zumindest erwägenswert machen. Es geht um "die Anpassung der Themenstruktur des politischen Kommunikationsprozesses an den jeweiligen Entscheidungsbedarf der Gesellschaft und ihres politischen Systems"⁷³. Bezüglich des betreffenden Themas können gesellschaftliche Gruppen ihre Meinungen einbringen, sich über die Position anderer Gruppen informieren und dabei Parallelen und Divergenzen feststellen. Im entstehenden Kommunikationsprozeß sollen Meinungen präzisiert, verändert und um übersehene Gesichtspunkte bereichert werden. Die Hoffnung, daß sich dabei ein Konsens einstellt, ist freilich nicht allzu groß, aber auch nicht ganz gegenstandslos. Möglicherweise kann aber ein Kompromiß trotz weiterhin bestehende Divergenzen gefunden werden. Vielleicht zeichnet sich wenigstens eine Tendenz ab, an die die politischen Entscheidungen anknüpfen können. Schließlich geht allein vom Faktum, daß sich Positionen der öffentlichen Auseinandersetzung und der Kritik stellen

müssen, eine rationalisierende Kraft aus, selbst wenn Meinungsverschiedenheiten bestehen bleiben.

Allerdings muß realistischweise erkannt werden, daß Interessen sich nicht allein über diesen kommunikativen Weg und mit Hilfe ihrer Argumentationskraft durchsetzen, sondern daß gesellschaftliche Macht, die sich auf die Erbringung- bzw. Verweigerungsmöglichkeit systemrelevanter Leistungen stützt, "direkt" - d.h. ohne den Weg öffentlicher Kommunikation zu gehen - zur Beeinflussung von Entscheidungen eingesetzt werden kann. Jedoch wird eine demokratische Regierung, sei es aus demokratischer Überzeugung oder aus dem Interesse des Machterhalts, nicht völlig an den artikulierten Meinungen der gesellschaftlichen Gruppen vorbeigehen können.

Die durch die Massenmedien eröffnete Artikulationsmöglichkeit wird auch vom Staat genutzt, der im Idealfall seine Entscheidungsprozesse transparent macht, Entscheidungen bekannt gibt und begründet und um Zustimmung wirbt.

Im Hinblick auf die Artikulationsleistung des Massenkommunikationssystems ist zu verlangen, daß die Interessen aller Bürger aufgegriffen werden. Dazu muß sich nicht jedermann chancengleich selber äußern können, aber "die Chancengleichheit von jedermann, auf dem Forum des sozialen Zeitgesprächs mit seinem Beitrag repräsentiert zu sein"⁷⁴, ist notwendig. Es geht also um eine kommunikative Repräsentation⁷⁵, die gewährleistet, daß der gesellschaftliche Pluralismus sich im Kommunikationsprozeß widerspiegelt. "Ihrem Auftrag, politische Willensbildung zum Ausdruck zu bringen und staatliche Herrschaft zu kontrollieren, kann die öffentliche Meinung daher erst gerecht werden, wenn die Organisationsformen der Öffentlichkeit eine Artikulation möglichst aller gesellschaftlichen Kräfte erlauben. Erst bei einer Chancengleichheit verbürgenden Wettbewerbslage können sich in der öffentli-

chen Meinung politische Themen mit der ihnen in der Gesellschaft zukommenden Relevanz herauskristallisieren."⁷⁶ Kommunikative "Chancengleichheit" oder "Kommunikationsgerechtigkeit"⁷⁷ ist also zu gewährleisten. Dabei kommt den Massenmedien bei der Artikulationsleistung auch die Aufgabe der "pluralistischen Kompensation"⁷⁸ zu. Allerdings kann es m.E. nicht darum gehen, daß das Massenkommunikationssystem die unterschiedlichen Machtpotentiale der verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen kompensiert, sondern - sehr viel bescheidener - nur darum, die publizistische Artikulationskraft der verschiedenen Interessengruppen zu modifizieren. "Das ist der tägliche Kampf der Kommunikatoren, sich der Zudringlichkeit der zumeist organisierten Interessen zu erwehren, sich die Entscheidung über ihre Zulassung und Behandlung nicht aufdringen zu lassen."⁷⁹ Wenn der Pluralismus der Gesellschaft sich in der Massenkommunikation widerspiegeln soll, dann geht es nicht an, nur die "lautstärksten" Gruppierungen zu berücksichtigen, diejenigen also, die z.B. in der Lage sind, Öffentlichkeitsabteilungen aufzubauen oder Ereignisse mediengerecht zu inszenieren. Auch die Interessen von Gruppen, die weniger artikulationskräftig sind, müssen zur Darstellung gelangen können; für die gilt es unter Umständen "anwaltschaftlich" zu sprechen.⁸⁰ Aber nicht nur im Umfang und in der Stärke, sondern auch im Inhalt der an die Massenmedien herangetragenen Artikulationsansprüche ist ein modifizierendes Tätigwerden nötig, um der Öffentlichkeitsarbeit von Interessengruppen und einem "universell gewordenen Tarnverhalten der politischen Akteure zum Zwecke der Image-Schaffung"⁸¹ entgegenzuarbeiten, was im Interesse der Informationsfunktion unabdingbar ist, weil nur so die tatsächlichen Interessen und Ziele für die Informationsempfänger überhaupt noch zu erkennen sind.⁸² Diese Aufgabe ist nicht allein vom Journalismus zu leisten; er muß hier auf Prozesse der gegenseitigen

Kontrolle und Kritik der gesellschaftlichen Gruppen aufbauen können, die zu einer "Enttarnung" beitragen.

Dem Massenkommunikationssystem ist in Bezug auf seine Artikulationsleistung in den letzten Jahrzehnten eine Konkurrenz erwachsen, die den Anspruch erhebt, Meinungen, Interessen und Erwartungen der Bürger besser erfassen und an das politische System übermitteln zu können. Die Rede ist von der Demoskopie.⁸³ Sie "hat diesbezüglich das Verhältnis von Politik und Publizistik entschieden verändert. Die Legitimität der letzteren, die öffentliche Meinung zu repräsentieren, wird ja durch gegenläufige demoskopische Befunde immer wieder dementiert."⁸⁴ Infolgedessen geben auch Massenmedien selber Meinungsumfragen in Auftrag, publizieren und kommentieren sie, so daß einer Behörden- auch eine Mediendemoskopie gegenübersteht.

Demoskopie ist zwar durchaus als Konkurrenz zur Artikulationsleistung der Massenmedien zu sehen, kann sie aber nicht ersetzen. Der unersetzliche Kern massenkommunikativer Artikulationsleistung liegt in ihrer Bezogenheit auf die rationalisierende Diskussion zwischen Gruppen, die sie anregt und ermöglicht. Daraus ergibt sich ein anderes Qualitätsniveau, das sich schon darin zeigt, daß hier Begründungen eingefordert werden, während Demoskopie "unbegründete" Meinungen wiedergibt. Schließlich braucht die Demoskopie, in die bei der Entwicklung der Erhebungsinstrumente wie bei der auswertenden Interpretation auch subjektive Elemente eingehen und die nicht gegen Manipulation gefeit ist, eine Kontrolle, die durch die Massenmedien geleistet werden kann, die umgekehrt in ihrer Artikulationsleistung von der Demoskopie überprüft und korrigiert werden. Daß die Massenmedien selbst Meinungsumfragen in Auftrag geben, ist sicherlich nicht negativ zu werten. Zum einen ermöglicht das eine Überprüfung der Behördendemoskopie, zum anderen kann es eine - aber ergänzungsbedürftige - Möglichkeit sein, Einstellungen und

Interessen "artikulationsschwacher" Gruppen zu erfassen und zum Ausdruck zu bringen.

3.4 Kritik- und Kontrollfunktion

Eng verbunden mit der Artikulations-, aber auch der Informationsleistung ist die Funktion der Kritik und Kontrolle. Sie richtet sich vor allem auf den Staat. Nach R.Wildenmann und W.Kaltefleiter haben die Massenmedien "alle Institutionen des öffentlichen Lebens kritisch zu beobachten"⁸⁵ und übernehmen so das "Amt eines öffentlichen Wächters" (M.Löffler). Gegenstand dieser kontrollierenden Kritik sind primär Regierung, Verwaltung, Rechtsprechung und das Parlament. Sie ist aber nicht nur auf den Staat, sondern auch auf die Gesellschaft, auf gesellschaftliche Mächte und Institutionen bezogen und schließt die gegenseitige Kontrolle der Massenmedien ein. Massenmedien nehmen ihre Kontrollfunktion wahr, indem sie unkontrollierte soziale und politische Macht einer Berichterstattung und Kritik im Interesse der Gesamtheit aussetzen. Dabei läßt sich eventuell nach Sach-, Verfahrens- und Personalkritik⁸⁶ unterscheiden, wobei diese Trennung angesichts des engen Zusammenhangs nur analytischer Natur sein kann.

Wenn M. Löffler der Presse den Status einer vierten Gewalt zuweist⁸⁷ - wieder aufgegriffen zuletzt von W.Bergsdorf⁸⁸ - so drückt sich darin die Erkenntnis aus, daß den Massenmedien im System der "checks and balances" eine bedeutende Rolle zukommt. Das dem konstitutionellen Rechtsstaat entsprechende Schema der klassischen Gewaltenteilung ist ja in der Parteiendemokratie durch die Verbindung von Legislative und Exekutive über die Mehrheitsfraktion erheblich durchbrochen,⁸⁹ was zu einem Verlust der Kontrollfunktion des Parlaments als Ganzem geführt hat. Die relevante Trennlinie verläuft zwischen Regierung und Mehrheitsfraktion auf der einen und Opposition auf

der anderen Seite. Nur diese übernimmt letztlich die Aufgabe der Regierungskontrolle, die Kontrollmittel sind aber in der Hand des Parlaments insgesamt. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit einer Stärkung der Minderheitenrechte und neuer Methoden der Kontrolle. Dabei kommt den Massenmedien eine erhebliche Bedeutung zu, über die sich beispielsweise die Opposition an die Öffentlichkeit wenden und Unterstützung bei der öffentlichen Meinung suchen kann. "Presse und Rundfunk sind zu einem unersetzlichen Bestandteil der Gewaltenteilung geworden."⁹⁰ Allerdings dürfte es zum Verständnis der Rolle, die die Massenmedien im System der Machtbegrenzung und -kontrolle einnehmen, nicht beitragen, wenn man sie einfach als vierte Gewalt den - in ihrer Abgrenzung sowieso fraglich gewordenen - klassischen Gewalten anfügt.

Das Massenkommunikationssystem übt seine Kritik- und Kontrollfunktion nicht kraft "eigenen Rechts" aus, nicht als Kritik der Massenmedien an staatlichem Handeln. In ihnen äußert sich Kritik und Kontrolle des Staatsbürgers als freie Meinung. "'Kritik' wird in der Demokratie vom Souverän, der demokratischen Gesellschaft, selbst besorgt - unter Mithilfe, Anregung des Journalismus."⁹¹

Diese Kritik- und Kontrolleleistungen kommen dem politischen System zugute, nicht nur in dem Sinne, daß sie seine Funktionsfähigkeit erhalten, indem sie "den guten Schlaf des politischen Systems stören"⁹², sondern weil sie seiner Legitimität dienen. "Kritische Kommunikation schafft Legitimität und stellt sie zugleich in Frage."⁹³ Trotzdem bzw. deswegen suchen sich die Regierenden seit alters her dieser Kritik- und Kontrolleistung zu entziehen, vor allem durch Geheimhaltung.⁹⁴

Grundsatz demokratischer Staatslehre ist aber die Öffentlichkeit staatlichen Handelns, dem nicht nur das Recht zur Berichterstattung, sondern auch eine Informations-

pflicht der Behörden entspricht. Nun ist sicherlich aus Gründen des Individualschutzes wie im Interesse des Gemeinwohls Geheimhaltung immer wieder nötig. Die Wahrscheinlichkeit ist allerdings sehr groß, daß politische Instanzen die Möglichkeit der Geheimhaltung sehr extensiv auslegen, nicht zuletzt um eine Diskussion ihres Handelns in der Massenkommunikation zu verhindern,⁹⁵ was dann Journalisten in Konflikt mit dem Gesetz bringt, wenn sie diese - oft willkürlich - gesetzten Grenzen nicht akzeptieren. Außer durch Geheimhaltung versucht das politische System aber auch durch gezielte Informationssteuerung politikbezogene Massenkommunikation zu beeinflussen.⁹⁶

3.5 Die Funktion der politischen Sozialisation

Von einer Bildungs-, Erziehungs-, Integrations- oder Sozialisationsfunktion ist in fast allen Funktionsdarstellungen die Rede.⁹⁷ Sie bezieht sich primär auf den einzelnen Rezipienten und steht dementsprechend in enger Beziehung zur Informationsleistung. Der Begriff der Sozialisation wird hier vorgezogen, da er umfassend genug ist und "Bildung" und "Integration" mit umfassen kann; die Forderung nach einer Erziehungsleistung der Massenmedien wird abgelehnt, da sie eine Mündigkeitsdifferenz des Rezipienten voraussetzt, die es (durch wen?) zu überwinden gilt.⁹⁸

Politische Sozialisation durch Massenmedien ist Folge ihrer Informationsleistung, aber zugleich deren Voraussetzung. Sie entsteht gewissermaßen als "Sediment" des tagtäglichen Stroms von aktuellen Informationen, durch den nicht nur ein politisches Tageswissen, sondern auch ein Verständnis des politischen Prozesses insgesamt, seiner Institutionen und der zugrunde liegenden Werte und Normen entsteht. Diese sind zum Teil zwischen den politischen Gruppierungen umstritten, zum Teil werden sie als Grundlage des Streits von allen geteilt werden, da die Grundnormen "überwiegend Mechanismen und Regelungen sind, mit

deren Hilfe Konflikte ausgetragen werden"⁹⁹. Politische Sozialisation wäre also geglückt, wenn ein Verständnis des politischen Prozesses - auch seiner Defizite gegenüber dem normativen Anspruch - entstünde und die Fähigkeit und Bereitschaft sich entwickelte, in ihm die eigene Position zu finden, eigene Interessen einzubringen und in Auseinandersetzung mit anderen eine gerechte Lösung zu suchen. Dies kann die Massenkommunikation selbstverständlich nicht allein leisten, aber doch einen wichtigen Beitrag dazu erbringen.

Die Informationsleistung der Massenmedien setzt aber politische Sozialisation auch voraus, die es erst ermöglicht, aktuelle Information aufzunehmen und, der eigenen Lebenssituation entsprechend, in Zusammenhänge einzuordnen, so daß die Medieninhalte Handlungsrelevanz erhalten können.

"Sozialisation" darf nicht anpassungsmechanistisch verstanden werden. Es geht nicht um eine Einordnung des einzelnen in einen gegebenen politischen Zustand, sondern nur um die Internalisierung von Grundrechtsinstitutionen und Verfahren der Konfliktregelung, zugleich aber um die Befähigung Konflikte zu akzeptieren und sich an ihrer Austragung und Regelung zu beteiligen und damit gerade auch den jeweiligen politischen Zustand gegebenenfalls zu überwinden. Sozialisation ist so zwar durchaus ein Integrationsprozeß in die Gesellschaft, in dem "die kleingruppenhaften und primären Bindungen in ein System umfassender sekundärer Zusammenhänge, Gebilde usw. eingebaut, eingeordnet, zum Teil auch zu deren Gunsten überwunden werden. Politisches Engagement vollzieht sich im allgemeinen auf dem Weg von den 'natürlichen' primärgruppenhaften Aktivitäten zur Einsicht in größere Zusammenhänge und der Übertragung des Aktivitätswillens auf diese sekundären Einheiten."¹⁰⁰ Diese Integration ist aber nicht als eine "Homogenisierung" politischer Einstellungen zu verstehen,¹⁰¹ gar durch Ausklammerung kontroverser, kritischer Positionen.

Dies wäre - als Ausschluß aus dem Massenkommunikationszusammenhang - das Gegenteil von Integration: Integration geschieht vielmehr durch eine solche Kommunikation, die Vielfalt und Dissens zuläßt und einfängt. "Folglich gilt auch für die Medien zuerst, daß ihre Integrationsleistung im Dienste der Verwirklichung von Vielfalt steht. Angesprochen ist hier ihre altbekannte Funktion, gesellschaftlicher und politischer Vielfalt zur Öffentlichkeit zu verhelfen, sie miteinander ins Gespräch zu bringen. Bekanntlich glückt gesellschaftliche Integration umso besser, je eindeutiger Individuen und Gruppen davon überzeugt sein können, auch kommunikativ ausreichend repräsentiert zu sein."¹⁰²

Die Integrationsleistung des Massenkommunikationssystems läßt sich also daran messen, ob die Anliegen und Positionen von Randgruppen vertreten sind und wie abweichende, randständige Meinungen "behandelt" werden. Massenmedien müssen Ausdruck der Meinungsvielfalt sein, um sie zugleich verringern zu können, indem sie Kommunikation ermöglichen, die - vielleicht - in Richtung Konsens führt.¹⁰³

3.6 Die politische Dimension unpolitischer Funktionen

"Auch die auf den ersten Blick unpolitischen Funktionen und Leistungen der Massenkommunikation wie Ablenkung und Unterhaltung, Hilfestellung bei der Lösung von Alltagsproblemen, Befriedigung eines elementaren Kommunikationsbedürfnisses haben eine politische Dimension, die nicht unterschätzt werden darf."¹⁰⁴ Dabei ist von vorneherein zu berücksichtigen, daß den Funktionen nicht einzelne Medienproduktionen inhaltlich zugeordnet werden können - beispielsweise im Fernsehen der Information die Nachrichten, der Unterhaltung das Fernsehspiel -, sondern daß diese Leistungen auch "quer" von anderen als den der Etikettierung nach eigentlich vorgesehenen Gattungen erbracht werden können. Nicht nur dann, wenn Unterhaltungssendungen

in erheblichem Umfang und möglicherweise auf besonders eindringliche Art und Weise Informationsleistungen erbringen, haben sie politische Wirkung, sondern auch dann, wenn sie tatsächlich allein der Unterhaltung dienen. Eine Dominanz der Unterhaltungsfunktion in der Massenkommunikation kann beispielsweise zu einem "konsumorientierten Privatismus"¹⁰⁵ führen. Umgekehrt können auch "Informationssendungen" als Unterhaltung genutzt werden. Dadurch sind sie aber nicht schon politisch belang- und wirkungslos, sondern von einer Sicht politischen Geschehens als Unterhaltung dürften erhebliche politische Effekte ausgehen.¹⁰⁶

Diesen Phänomenen kann hier nicht nachgegangen werden. Es mußte aber darauf hingewiesen werden, daß zwischen den politischen und den anderen Leistungen der Massenmedien ein enger Bezug und eine Wechselwirkung besteht.

3.7 Autonomie und Freiheit der Massenkommunikation als Voraussetzungen der Leistungserbringung

Nach der Darstellung grundlegender Leistungsanforderungen an das Massenkommunikationssystem soll nun auf die strukturelle Grundvoraussetzung für die Erbringung dieser Leistungen eingegangen werden.

3.7.1 Die Notwendigkeit der Autonomie

Autonomie des Massenkommunikationssystems meint "relative Unabhängigkeit von den Einflüssen und Zwängen seiner sozialen, insbesondere der politischen Umwelt"¹⁰⁷. Sie darf nicht mit absoluter Autarkie oder Abschließung nach außen verwechselt werden, sondern fordert sogar Öffnung für die Einflüsse von außen, die aber im Prozeß autonomen Handelns kritisch verarbeitet werden. Isolierung nach außen wie Determination von außen sind Zustände, in denen Autonomie verfehlt wird.¹⁰⁸ Ein autonomer Journalismus kann nein sagen zu Erwartungen und gestaltet als Voraussetzung und

Realisierung von Autonomie seine Entscheidungsprämissen selbst aus.¹⁰⁹ Durch diese systemspezifische Kommunikationsfreiheit "kann er die Interessen von Umweltsystemen thematisieren und diese Interessen können mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit erwarten, daß sie journalistischer Gegenstand werden, - freilich ohne selbst auswählen zu können, was journalistisch artikuliert wird. Vorbedingung journalistischer Freiheit ist somit, daß kein gesellschaftliches Teilsystem - auch die Politiker oder bestimmte politische Parteien nicht - von vorneherein einen Anspruch auf Determination journalistischer Kommunikation erhebt."¹¹⁰ Zu Erwartungen nein sagen und Entscheidungsprämissen selbst ausgestalten zu können, ist Erfordernis und zugleich Realisierung von Autonomie. Nur so ist eine Erbringung der oben eingeforderten Leistungen denkbar.

Ein Massenkommunikationssystem könnte beispielsweise seine Artikulationsleistung nicht zureichend erbringen, wenn es (bzw. seine Organisationseinheiten) keine Artikulationserwartungen aufgrund innerer Entscheidungsprämissen ablehnen dürfte. Aufgrund der Maßlosigkeit der Selbstdarstellungswünsche von einzelnen und Gruppen würde dies zu einer "Verstopfung" der Kommunikationskanäle führen und die angestrebte Kommunikation unmöglich machen.

Noch gefährlicher als eine solche "allseitige Abhängigkeit" - die ja in der Abhängigkeit zugleich Elemente der Unabhängigkeit zeigt, insofern einzelne Gruppen die Massenkommunikation nur partiell, nicht insgesamt bestimmen können - ist eine einseitige, bei der einzelne gesellschaftliche Teilsysteme oder Gruppen die Massenkommunikation bestimmen. Sie können dann die Thematisierung ihrer Interessen durchsetzen und zugleich die Artikulationsmöglichkeiten anderer beschneiden oder zunichte machen. Ein Zur-Sprache-bringen der gesellschaftlichen Interessen insgesamt ist dann nicht mehr möglich. Das Massenkommuni-

kationssystem wird von außen für Entscheidungsprogramme anderer Subsysteme in Anspruch genommen, während die Funktionserfüllung davon abhängt, daß es sie selbst festlegt. Autonomie sichert eine allseitige Offenheit für Einflüsse, die jedoch kritisch verarbeitet werden, und verhindert eine einseitige Abhängigkeit von gesellschaftlichen Teilgruppen, die zur Dominanz ihrer und zur Benachteiligung anderer Interessen führen würde.

3.7.2 Der Sinn der Verbürgung der Medienfreiheit

Freiheitliche demokratische Gesellschaften verbürgen in ihren - geschriebenen oder ungeschriebenen - Verfassungen Kommunikationsgrundrechte, wie Meinungs-, Rede-, Informations-, Vereins-, Versammlungs-, Presse- und Rundfunkfreiheit.¹¹¹ Diese Grundrechte - insbesondere die Medienfreiheit, auf die sich die folgenden Überlegungen konzentrieren - verbürgen die Öffentlichkeit. "Sie machen die freiheitliche Kommunikationsverfassung der Bundesrepublik Deutschland aus und sollen (vor allem) eine politische Öffentlichkeit sicherstellen, das heißt einen politisch-kommunikativen Wettbewerb, eine Auseinandersetzung der Ideen und Interessen, aus denen dann die politischen Entscheidungen hervorgehen."¹¹² Die Gesellschaft schafft sich in der Garantie einer freien Kommunikation die ihr angemessenen Kommunikationsbedingungen und sichert so die für die freie demokratische Gesellschaft und insbesondere für den demokratischen politischen Prozeß notwendigen kommunikativen Leistungen. Das ist der Sinn der Medienfreiheit "aus der Perspektive der Gesellschaft"¹¹³. In dieser "kollektiv-soziologischen", "empirisch-utilitaristischen" Argumentation geht es um den "überindividuellen, objektiven Wert" der Medienfreiheit.¹¹⁴ Es besteht eine teleologische Relation von Inhalt und Sinn.¹¹⁵

Daneben - oder gar historisch wie systematisch voran? - steht die "individuell-anthropologische Argumentation",

die auf den "subjektiven Wert" der Medien abhebt, mit der Vorstellung "von Pressefreiheit als Menschenrecht, d.h. einem dem Menschen angeborenen, ihn seiner Natur nach eigenen, unveräußerlichem Recht, das ihn unabhängig von staatlicher Verleihung zusteht"¹¹⁶. Inhalt und Sinn des Freiheitsrechtes fallen hier (fast) zusammen. Der Sinn ist die Freiheit, sich in dem entsprechenden Bereich so zu betätigen wie man wünscht.¹¹⁷ Die Freiheit ist um des einzelnen und seiner Entfaltung willen geschützt. Sie wird "zwecklos", selbstzweckhaft gewährleistet. Ein gesellschaftlicher Bezug wird dabei nicht bestritten; er ist aber weder Grund noch Vorbedingung noch Grenze der Medienfreiheit. Er modifiziert sie nicht.

Historisch lassen sich diese beiden unterschiedlichen Perspektiven bis in die Aufklärung zurückverfolgen. Ihre typisierende historische Gegenüberstellung¹¹⁸ muß allerdings zum Ausdruck bringen, daß sie nicht - wie häufig in der Gegenwart - als Alternative zu verstehen sind. "Bei den aufklärerischen und frühliberalen Wortführern verflochten sich diese beiden Begründungsaspekte."¹¹⁹

Die Verbindung stellt sich her, wenn man den einzelnen - gerade wenn es um Kommunikation geht - nicht isoliert, sondern in seinen sozialen Beziehungen sieht. Dementsprechend ist der Gebrauch der Medienfreiheit durch den einzelnen in der Regel nicht "zweckfrei", auch wenn die Medienfreiheit "selbstzweckhaft", d.h. ohne Zweckbindung geschützt ist, sondern das in vielfältige Sozialbeziehungen eingebundene Individuum realisiert damit bestimmte Kommunikationsanliegen und -zwecke, die sich auch auf die Gestaltung der Gesellschaft und die kommunikative Beeinflussung der sie - und damit ihn - betreffenden Entscheidungen richtet. Der gesellschaftliche Nutzen entspringt als "Nebeneffekt" aus der massenhaften individuellen Nutzung der Medienfreiheit¹²⁰ im Sinne der Selbstentfaltung, weil diese eine gesellschaftliche und politische Dimension

enthält und nur in Kommunikation und Abstimmung mit anderen realisiert werden kann. Wenn also der gesellschaftliche Sinn der Medienfreiheit, eine freiheitliche Öffentlichkeit, die niemanden ausschließt, sich nicht realisiert, dann ist das keine irrelevante Nebensache, sondern läßt vermuten, daß die Medienfreiheit de facto eingeschränkt ist, indem ganze gesellschaftliche Gruppen von der Verwirklichung relevanter Kommunikationsanliegen ausgeschlossen und zugleich mit ihren Kommunikationsrechten auch in ihren politischen Teilhaberechten eingeschränkt sind. "Individualer und gesellschaftlicher Sinn sind also keine alternativen Kategorien: durch subjektive Freiheiten werden gesellschaftliche oder gesamtgesellschaftliche Aufgaben erfüllt. Individuale Freiräume werden zu Bausteinen der gesellschaftlichen Ordnung, die ihrerseits zur Schaffung individueller Freiräume wieder beitragen kann."¹²¹

Wenn für alle annähernd gleich und einigermaßen realisierbar die Freiheit besteht, sich in allen beliebigen Rollen an der Massenkommunikation zu beteiligen und Kommunikationsanliegen zu realisieren, dann ist mit dem individuellen Recht auch die gesellschaftliche Funktion erfüllt, da die Voraussetzungen für eine Öffentlichkeit gegeben sind, die niemanden ausschließt. Wenn allerdings aufgrund gesellschaftlicher Macht und ungleicher Ressourcenverteilung Medienfreiheit - und damit auch ihr individueller Sinn - de facto nur noch einigen wenigen zukommt, ist auch das gesellschaftliche Ziel der Medienfreiheit gefährdet. Dann allerdings sind Beschränkungen des subjektiven Gebrauchs der Medienfreiheit notwendig, mit dem Ziel, wenigstens den gesellschaftlichen Sinn zu realisieren und damit auch für jeden einzelnen ein "Stück" der Medienfreiheit: mit seinen Kommunikationsanliegen im Massenkommunikationsprozeß repräsentiert zu sein. "Je weniger Personen ein Freiheitsrecht zukommt, umso enger ist der Zusammenhang von individuellem und gesellschaftlichem

Sinn. Nur so läßt sich vermeiden, daß Freiheitsrechte zu gleichheitswidrigen Privilegien werden."¹²² Beschränkungen des individuellen Freiheitsgebrauchs der wenigen sind dann berechtigt und notwendig, um den gesellschaftlichen Zweck der Medienfreiheit zu sichern, der ja auch auf die Würde des einzelnen und seine Entfaltung bezogen ist, indem er notwendige Voraussetzungen für gesellschaftliche, insbesondere politische Teilhabe schafft. Teilhabe ist aber in einer organisierten, vernetzten Welt ein mindestens so wichtiges Element der Freiheit wie die Ausgrenzung von Lebensbereichen als Räume individuellen Handelns und Entscheidens aus den umfassenden Regelungszusammenhängen. Nur so läßt sich ein Maximum an Selbstbestimmung realisieren.¹²³

"Regelung der Medienfreiheit"¹²⁴ kann selbstverständlich nicht ihre inhaltliche Beschränkung meinen, sondern muß die Schaffung einer Kommunikationsstruktur anzielen, die eine auf faktischer Privilegierung weniger beruhende Beschränkung der Kommunikationsanliegen und der Gruppen, die ihre Themen einbringen können, verhindert. Die Sicherung des Zugangs für alle Gruppen und Themen ist gerade um der politischen Kommunikationsanliegen und der demokratischen Teilhabe willen wichtig. Aus dem Demokratieprinzip folgt nämlich "das verfassungsrechtliche Gebot, ... die Chancengleichheit jedes an der demokratischen Ordnung der BRD potentiell Mitwirkenden zu wahren und zu schützen"¹²⁵. Diese Chancengleichheit im Prozeß der Meinungsbildung ist eine wesentliche Voraussetzung der Demokratie.¹²⁶ Um dem Verständnis der Medienfreiheit als subjektivem Recht mit auch individuellem Sinn gerecht zu werden,¹²⁷ muß gefordert werden: "Solange der funktionale Aspekt nicht tangiert ist, kann das private Recht ungeschmälert durchgesetzt werden. Sobald aber nicht mehr jede relevante Meinungsgruppe innerhalb der verfassungsmäßigen Ordnung die Chance hat, im Medium Presse Ausdruck zu finden,

haben subjektive Ansprüche zugunsten der Freiheit des Kommunikationsvorgangs zurückzutreten."¹²⁸

Die bisherigen Überlegungen machen auch deutlich, daß ein rein abwehrrechtliches Verständnis der Medienfreiheit nicht genügt. Dabei ist es allerdings nicht so, daß einer bestimmten Sinnzuschreibung der Grundrechte ein bestimmter Status des Grundrechts - activus oder negativus - in Bezug auf staatliches Handeln entsprechen würde, wie dies immer wieder vertreten wird: eine funktional-demokratische Grundrechtssicht würde staatliche Ordnungseingriffe in die Medienfreiheit nahelegen und rechtfertigen,¹²⁹ während einer individuell-menschenrechtlichen Sicht, ein abwehrrechtliches Grundrechtverständnis entsprechen würde.¹³⁰ Eine solche Kombination mag eine empirisch feststellbare Affinität aufweisen, eine logische Notwendigkeit besteht nicht. Eine individuelle Sicht ist kombinationsfähig mit einem Verständnis "das den Staat zumindest dort, um der Grundrechte willen als Garant für die Schaffung von individuellen Freiheitsräumen in die Pflicht zu nehmen sucht, wo sich die klassisch-liberale, autonome Freiheitsentfaltung infolge gesellschaftlich bedingter, ungleicher Ressourcenverteilung nicht eo ipso herstellt"¹³¹. Umgekehrt kann einer gesellschafts- und demokratiebezogenen Sicht, um der demokratischen Funktion willen, ein gegen den Staat gerichteter Unterlassungsanspruch entsprechen.¹³²

Historisch steht sicher am Beginn des Kampfes um Pressefreiheit der Gedanke und die Notwendigkeit der Abwehr von Eingriffen des monarchischen Absolutismus. Es ging um die Abwehr von Zensur, Genehmigungsvorbehalten, Auflagenbeschränkungen und anderen direkten oder indirekten Reglementierungen und Behinderungen gesellschaftlicher Kommunikation durch den Obrigkeitsstaat. Die durch ein Verbot obrigkeitlicher Eingriffe zu sichernde Pressefreiheit wurde aber von Anfang an in ihrem individuellen und gesellschaftlichen Sinn begriffen.¹³³ Die abwehrrechtliche, ge-

gen den Staat gerichtete Konzeption erklärt sich erstens aus der Tatsache, daß von ihm die Einschränkung der Pressefreiheit ausging, zweitens aus dem Verständnis von Freiheitsrechten als vor- und überstaatlichen Menschenrechten, die sich staatlicher Normierung entziehen, und drittens aus der Überzeugung des Liberalismus, "daß dann, wenn man die gesellschaftlichen Kräfte auf einem freien Meinungsmarkt sich entfalten läßt, sich auch die Freiheit des einzelnen in einem optimalen Maße entfalte"¹³⁴.

Heute allerdings stellt sich die Frage: "Wie sinnvoll ist es noch, die Emanzipation von staatlicher (Vor)zensur und Beschlagnahme in den Mittelpunkt zu stellen, wenn es darum geht, Journalismus von vorstaatlichen, insbesondere von parteipolitischen, ökonomischen, administrativen und anderen gesellschaftlichen Ansprüchen zu schützen?"¹³⁵

Da wir heute wissen, daß Freiheitsräume nicht durch bloße staatliche Abstinenz schon entstehen, sondern auch gegen Beeinträchtigung durch gesellschaftliche Mächte geschützt werden müssen, erfordert die Gewährleistung der Medienfreiheit auch ein dementsprechendes staatliches Handeln. Eine rein abwehrrechtliche Betrachtungsweise würde "zu einer formalen Freiheit und tatsächlichen Unfreiheit führen"¹³⁶.

Schließlich muß bedacht werden, daß sich der Staat selber gewandelt hat. Er steht nicht mehr der Gesellschaft gegenüber, sondern wird von ihr demokratisch "hervorgebracht"¹³⁷. Der Ort der Freiheit liegt deswegen nicht mehr nur außerhalb des Staates, sondern der Staat selber ist seinem Anspruch nach freiheitlich, schützt Freiheit gegen Machteinflüsse von allen Seiten und soll - als Sozialstaat - Bedingungen schaffen, die dem einzelnen ermöglichen, seine Freiheitsrechte faktisch zu nutzen.¹³⁸ Der Staat hat dementsprechend nicht nur das Recht, sondern auch die Pflicht, strukturelle Mindestanforderungen der Massenkommunikation zu gewährleisten, die mit der gesellschaftlichen

Funktion durch die Gewährleistung der Chancengleichheit im Kommunikationsprozeß auch die demokratischen Teilhabeberechte sichern und vom individuellen Sinn der Medienfreiheit dem einzelnen das Recht bewahren, mit seinen Kommunikationsanliegen - sofern sie von mehreren geteilt werden - repräsentiert zu sein. Dies alles soll zugleich unter der Maßgabe geschehen, die Medienfreiheit als subjektives Recht des einzelnen, seine Kommunikationsanliegen in jeder gewünschten Rolle und Form in den Massenkommunikationsprozeß einzubringen, möglichst wenig anzutasten.

Die Eingriffspflicht ergibt sich aus dem Demokratie- und Sozialstaatsprinzip, nach dem der Staat im Rahmen der Sicherung der allgemeinen sozialen Infrastruktur auch dafür sorgen muß, daß die klassischen Grundrechte real für alle gelten und nicht faktisches Privileg einiger weniger werden und "daß die Bürger ihre politische Aktivfunktion in einer dem Demokratieprinzip angemessenen Weise erfüllen können"¹³⁹.

Die abwehrrechtliche Sicht bleibt trotzdem von Bedeutung, denn auch der demokratische Staat verliert seinen obrigkeitlichen Charakter nicht völlig und es kann nicht a priori davon ausgegangen werden, daß er in seinem Handeln Allgemeininteressen vertritt. Kritik und Kontrolle an ihm ist notwendig. Er darf also das Massenkommunikationssystem nicht beherrschen.

Das abwehrrechtliche Prinzip ist wirksam in der Forderung, das individuelle, subjektive Recht nur um der Offenheit und Unabhängigkeit der Massenkommunikation willen, und dann möglichst wenig, zu reglementieren und zu beschränken, und im Verbot, bei Eingriffen in die Massenkommunikation die Inhalte zu steuern oder gar in die redaktionelle Meinungsbildung einzugreifen. Der Staat darf nur strukturelle Rahmenbedingungen vorgeben, in denen der gesellschaftliche Kommunikationsprozeß inhaltsoffen ablaufen kann, ohne von gesellschaftlicher oder staatlicher Macht

determiniert oder dominiert zu sein. Natürlich gilt der Eingriff der inhaltlichen Qualität, allerdings unter dem formalen Maßstab, den Ausschluß von Kommunikationsanliegen und gesellschaftlichen Gruppierungen aufgrund einseitiger Abhängigkeit der Massenkommunikation zu verhindern. Man kann es auch so formulieren: es geht um eine Ausweitung des "Abwehrprinzips" auch auf gesellschaftliche Machtgruppen, die so wenig wie der Staat die Freiheit der Massenkommunikation beeinträchtigen und den Umfang der kommunikablen Inhalte de facto beschränken - "zensieren" - dürfen, wobei die "Abwehr" dieser gesellschaftlichen Macht der Staat leisten muß. Er muß hier freilich eine höchst spannungsreiche Leistung erbringen, nämlich eine freiheitliche Kommunikationsverfassung herstellen und sichern und diese doch zugleich staatsfrei halten. Jede einfache Auflösung nach nur einer Seite verfehlt die Freiheit der Medien, ihren gesellschaftlichen und individuellen Sinn und beeinträchtigt mit der Medienfreiheit andere Grundrechte und die Demokratie, die von einer freien Kommunikation abhängig sind.

3.8 Ertrag für den Fortgang der Arbeit

Ausgehend vom Gedanken der Öffentlichkeit, der im Anspruch der Mitwirkung aller an der Gestaltung des gemeinsamen Zusammenlebens begründet ist, wurden verschiedene, vom Massenkommunikationsprozeß zu erbringende Leistungen dargestellt. Als Voraussetzung für eine gleiche demokratische Teilhaberechte sichernde Leistungserbringung stellte sich die Autonomie des Massenkommunikationssystems gegenüber gesellschaftlichen Subsystemen und Machtgruppen heraus. Autonomie kann als die sozialwissenschaftliche Konzeption der Medienfreiheit verstanden werden. Dem Begriff der Medienfreiheit kommt traditionellerweise darüber hinaus auch noch eine individuelle Dimension zu, die die Forderung nach Autonomie des Mediensystems in der

Weise präzisiert, daß bei funktional äquivalenten Lösungen diejenige vorzuziehen ist, die mit einem Minimum an Eingriffen in den individuellen subjektiven Freiheitsgebrauch auskommt. Staatliche Regelung ist aber um der Medienfreiheit selbst, um ihrer Bedeutung für andere Grundrechte und -werte und nicht zuletzt um der Demokratie willen dann nötig, wenn die formale Gewährung des individuellen Freiheitsrechts nicht mehr ausreicht, das Mediensystem und die Öffentliche Kommunikation von einseitiger Abhängigkeit und Beeinträchtigung durch gesellschaftliche Gruppen zu schützen.

Damit ergibt sich für die Analyse der Organisationsformen und Ordnungsstrukturen der Massenkommunikation die Notwendigkeit, diese auf die strukturelle Absicherung der Autonomie bzw. auf die Gefahr einseitiger Abhängigkeit hin zu überprüfen, aber auch nach der Sicherung der individuellen Freiheit und der Berechtigung von Einschränkungen zu fragen. Es geht um die Frage, ob ein Höchstmaß an Freiheit der Kommunikation ermöglicht wird.

Wenigstens angesprochen werden muß die Tatsache, "daß die Probleme der Massenmedien Teilprobleme der gesamten Kommunikationskultur und des gesamten gesellschaftlichen Lebens sind"¹⁴⁰. Die Leistungserbringung der Massenmedien hängt von einer Vielzahl von Faktoren - gesellschaftlichen wie individuellen - ab, die nicht allein im Massenkommunikationssystem liegen. Von ihm allein kann deshalb auch nicht die "Heilung" der Gesellschaft erwartet werden, auch wenn ihm dabei eine wichtige Rolle zukommt, noch ist überhaupt eine freie und gerechte Ordnung der Massenkommunikation denkbar, wenn die Gesellschaft diesen Bedingungen insgesamt nicht genügt. Diese Interdependenz muß berücksichtigt werden. Fortschritt ist nur im wechselseitigen Vorantreiben denkbar. Als Beitrag zu diesem Prozeß ist das Bemühen um die Verbesserung der Massenkommunikation sinnvoll.

4. OBJEKTIVITÄT ALS INHALTLICHE ANFORDERUNG

Objektivität wird häufig gefordert: in Rundfunkgesetzen, Programmrichtlinien, journalistischen Kodizes und von der öffentlichen Meinung¹. Auch die bisherigen Überlegungen dieser Arbeit unterstützen die Forderung nach einer objektiven Berichterstattung.

Objektivität wird häufig als Kampfbegriff gebraucht. Er dient in der politischen Auseinandersetzung dazu, jede von der eigenen Sicht der Wirklichkeit abweichende Darstellung zu diffamieren - "das ist doch nicht objektiv" - und die eigene durchzusetzen.

Objektivität wird häufig für unmöglich gehalten, und zwar sowohl von Medientheoretikern wie von -praktikern². Einer der letzteren resümiert: "Jedenfalls habe ich in 35 Jahren journalistischer Tätigkeit die Erfahrung gemacht, daß das, was allgemein unter objektiver Berichterstattung verstanden wird, unmöglich ist"³.

Theoretischer fällt die Ablehnung im "Wörterbuch zur Publizistik" aus. "Da die öffentliche Kommunikation stets von den Gefühlen und Haltungen der Berichtenden abhängt, ist Objektivität im Bereich der Publizistik ausgeschlossen"⁴.

Im Hinblick auf die Möglichkeit und Wünschbarkeit von Objektivität unterscheidet U.Saxer idealtypisch vier Positionen:

"1. Wünschbarkeit und Möglichkeit publizistischer Objektivität werden vorbehaltlos bejaht. Das Objektivitätspostulat wird mit anderen Worten überhaupt noch nicht problematisiert; ...

2. Wünschbarkeit und Realisierbarkeit publizistischer Objektivität werden kritisch bejaht, das heißt, publizistische Objektivität wird weder als Endwert verabsolutiert noch ihre Verwirklichung im Sinne irgendwelcher

absoluter Forderungen für möglich gehalten. ...

3. Die Wünschbarkeit publizistischer Objektivität wird zwar prinzipiell anerkannt, ihre Verwirklichungsmöglichkeit aber bestritten oder zumindest bezweifelt. ...

4. Wünschbarkeit wie Möglichkeit publizistischer Objektivität werden entschieden verneint"⁵.

Auch wenn diese grobe Typisierung den differenzierten Begründungen, insbesondere zur Frage der Möglichkeit von Objektivität, nur begrenzt gerecht wird⁶, eignet sie sich, die in dieser Arbeit vertretene Position zu lokalisieren. Sie ist der Position 2 zuzurechnen. Die Wünschbarkeit wie die - begrenzte - Realisierbarkeit von Objektivität gilt es im folgenden deutlich zu machen.

4.1 Problemdimensionen publizistischer Objektivität

Im Zentrum der Diskussion um publizistische Objektivität stehen nicht erkenntnistheoretische Fragen nach der Erkenntnisfähigkeit des Menschen, nach der Erkennbarkeit der Wirklichkeit oder nach dem Verhältnis von erkennendem Subjekt und dem Objekt der Erkenntnis. Vielmehr geht es auf der Basis einer als Datum vorausgesetzten, mehr oder weniger begrenzten menschlichen Erkenntnisfähigkeit, die zumindest rudimentär gegeben sein muß - dies liegt als Hypothese jeglicher Praxis zugrunde und wird von der Möglichkeit erfolgreichen Handelns bestätigt -, um die Frage, wie die Darstellung der Wirklichkeit in der Massenkommunikation zu verbessern ist, welche spezifischen Probleme die Vermittlung durch Medien aufwirft und wie mit individuell und sozial unterschiedlichen Sichtweisen unter dem Anspruch der Objektivität umzugehen ist.

4.1.1 Objektivität und die Partikularität menschlicher Erkenntnis

Dem Faktum, daß verschiedene Menschen dieselbe äußere Wirklichkeit nicht immer gleich wahrnehmen⁷ und hier individuelle, aber auch sozial regelmäßige Unterschiede festzustellen sind, gilt es in diesem Abschnitt nachzugehen.

4.1.1.1 Objektivität und Subjektivität

In jeden Erkenntnisvorgang gehen subjektive Elemente ein und bestimmen ihn mit. Die wichtigsten will ich kurz darlegen.

1. Menschliche Erkenntnisprozesse sind selektiv.

Die Umwelt ist zu komplex, als daß wir alles, was um uns vorgeht, aufnehmen und verarbeiten könnten. Von der Vielzahl möglicher Informationen, die Objekte "an sich tragen", gelangt immer nur ein Bruchteil zu Bewußtsein. Schon die Sinnesorgane sind nur geeignet, ein begrenztes Spektrum von Phänomenen zu erfassen. Vorbewußte und bewußte Prozesse steuern die Wahrnehmung und die Informationsspeicherung im Gedächtnis. Bei diesen Selektionsprozessen spielen - schon auf der vorbewußten Ebene - kurzfristige Motive und langfristige Einstellungen eine Rolle. Die Wahrnehmung ist sozial beeinflusst⁸. Selektionsprozesse finden aber auch überindividuell in sozialen Systemen statt. So ist gerade die Massenkommunikation durch eine Vielzahl von Selektionsprozessen geprägt.

2. Menschliche Erkenntnisprozesse sind perspektivisch.

"Jede Wahrnehmung und jede komplexere Informationsaufnahme erfolgt von bestimmten zeitlichen und örtlichen Standpunkten aus. Aber auch der Bewußtseinszustand (Grad an Vorwissen, Interessen, Ideologie etc.) bedingt eine gewisse Perspektivität"⁹. Zu betonen ist, daß auch unterschiedliche gesellschaftliche Positionen Perspektiven

darstellen, die für den Erkenntnisprozeß relevant sind. Das Bewußtsein hat mit dem (gesellschaftlichen) Sein zu tun.

3. Menschliche Erkenntnisprozesse sind konstruktiv. Die Informationen, die das Bewußtsein erreichen, müssen interpretiert, geordnet, benannt und mit Sinn versehen werden. Erkenntnis ist nicht zuletzt eine Strukturierungsleistung.

Bei der Wahrnehmung werden die über die Sinnesorgane eingehenden "Daten" über ein Objekt Bearbeitungsprozessen unterzogen. Das Objekt muß gewissermaßen aus diesen Daten (re)konstruiert werden. So wird aus Lichtwellen bestimmter Wellenlänge, Intensität und Verteilung ein Haus "hergestellt". Dabei geht immer auch ein Überschuß in diese Rekonstruktion ein, der nicht aus den aktuellen Daten stammt, sondern aus früheren, wenn etwa aus Größenverhältnissen eine Entfernung bestimmt wird oder eine undeutlich wahrgenommene Gestalt so ergänzt wird, daß sie Sinn bekommt.

Über die reine Wahrnehmung hinaus spielt Konstruktivität natürlich besonders bei der Interpretation von sozialen Prozessen eine Rolle, wo es darum geht, einem physischen Ereignis sozialen Sinn zu geben.

Konstruktionsversuche und -leistungen sind besonders gut erkennbar, wenn einem neuartige, ungewohnte oder chaotische Erfahrungen begegnen, in denen neue Konstruktionen gesucht werden müssen¹⁰.

Auch Massenmedien bilden Realität nicht einfach ab, sondern konstruieren eine Medienrealität¹¹. Dabei gehe ich allerdings davon aus, daß es möglich ist, diese Konstruktion als einen Rekonstruktionsprozeß zu verstehen, der in einer Entsprechung zur Realität steht und nicht völlig beliebig ist.

Damit dürfte deutlich sein, daß es "reine Objektivität" nicht gibt und zu menschlicher Erkenntnis notwendig subjektive Elemente gehören. Nur durch sie hindurch ist Erkenntnis möglich. Wichtig ist aber auch, daß diese subjektiven Kategorien nicht das Erkennen vollständig bestimmen und Wirklichkeit beliebig konstituieren. Die Objekte setzen dem subjektiven Zugriff Widerstand entgegen und weisen ihn in Schranken. Wir können uns in weiten Grenzen über die Wirklichkeit verständigen, wir können mit ihr erfolgreich hantieren, was eine gewisse Passung von menschlichem Erkenntnisapparat und Objekten voraussetzt, die sich philo-¹² und ontogenetisch¹³ sowie humangeschichtlich¹⁴ erklären läßt. Sicherlich gilt dabei, daß sich unterschiedliche Aspekte der Wirklichkeit mit unterschiedlichem Objektivitätsgrad beschreiben lassen. Während sich über manche Sachverhalte problemlos intersubjektive Übereinstimmung einstellt, bleiben manche Sachverhalte strittig. Von einem Ereignis lassen sich wahrscheinlich mit abnehmender Objektivität beispielsweise aussagen: Ort, Ablauf, Ursachen, Folgen, Folgerungen.

4.1.1.2 Objektivität und der soziale Charakter der Wirklichkeit

Im Zusammenhang mit Subjektivität ist auch der soziale Charakter der Welt des Menschen zu bedenken.

Die Wirklichkeit, in der der Mensch lebt, besteht aus verschiedenen "Schichten". Da ist zum einen die natürliche Wirklichkeit, die auch ohne den Menschen existieren würde. Diese erschließen sich die Menschen, geben ihr Bedeutung, machen sie zu einer sozialen Wirklichkeit und schaffen sich so ihre Lebenswelt¹⁵. "Wenn wir die Natur eine primäre Welt nennen wollen, entfernt sich der Mensch dauernd von ihr in die sekundäre Welt seiner Kultur- und Wirklichkeitserfassung"¹⁶. Der Umgang mit der natürlichen

Wirklichkeit ist selbstverständlich nicht nur ein deutender, sondern auch ein bearbeitender. Und im Prozeß der "gesellschaftlichen Konstruktion der Wirklichkeit"¹⁷ geschieht nicht nur eine Ausdeutung und Umarbeitung der natürlichen Umwelt, sondern es entstehen auch rein soziale Objekte, wie gesellschaftliche Institutionen, denen objektive Faktizität zukommt. "Sie sind da, außerhalb der Person, und beharren in ihrer Wirklichkeit, ob wir sie leiden mögen oder nicht. Der einzelne kann sie nicht wegwünschen. Sie widersetzen sich seinen Versuchen, sie zu verändern oder ihnen zu entschlüpfen"¹⁸. Dieser eigenständige Charakter auch der sozialen Wirklichkeit hat Konsequenzen für die Form ihrer Erkenntnis: "Da Institutionen objektive Wirklichkeit sind, kann der einzelne sie nicht durch einsame Selbstbetrachtung begreifen. Er muß 'ausgehen' und lernen - genauso wie mit der Natur - mit ihnen umzugehen. Das gilt, obwohl die soziale Welt als vom Menschen produzierte Wirklichkeit potentiell in einer Weise verstehbar ist, die für die natürliche Welt nicht gegeben ist"¹⁹. Weil sie allerdings nur von den gesellschaftlichen Deutungs- und Sinnsystemen aus adäquat erfaßt werden kann, steht das erkennende Subjekt in zweifacher Beziehung: In der Objekt- und der Sozialbeziehung. Erkenntnis sozialer Wirklichkeit enthält also ein konsensuales Element, da sie nur möglich ist, sofern Übereinstimmung über grundlegende Sinn- und Deutungsschemata besteht.

Die Tatsache, daß Menschen nicht in einer natürlichen, sondern in einer gesellschaftlich konstruierten Welt leben, hat Folgen auch für die Frage der Objektivität. "Erst vor dem Hintergrund dieser Unterscheidung wird einsichtig, weshalb verschiedene Menschen, Menschengruppen, Gesellschaften, Völker in teilweise beträchtlich verschiedenen Welten leben"²⁰. Dabei muß man sicherlich davon ausgehen, daß jeder Mensch in einer eigenen Welt

lebt, die er mit keinem anderen vollständig teilt. Dies ist ein wesentliches Element seiner Individualität. Jedoch bestehen - in abnehmender Reihenfolge - wesentliche Übereinstimmungen mit den Bezugspersonen und -gruppen, mit allen Mitgliedern einer Gesellschaft bzw. Kultur und mit allen Menschen. Zu Schwierigkeiten führen jeweils die innerhalb des gerade relevanten Kommunikationsraums unterschiedlichen Wirklichkeitsvorstellungen, während die gemeinsam geteilten Überzeugungen im Hinblick auf die publizistische Objektivität unproblematisch sind, wiewohl sie unter Umständen bei einer Ausweitung des Kommunikationsraumes fraglich würden und revidiert werden müßten. Aber nicht die individuellen Unterschiede sind für die Objektivitätsdiskussion zentral. Individuelle Eigenheiten von Publizisten werden - solange sie nicht extrem sind - durchaus akzeptiert. Sie werden in der Regel erst dann zu einem Problem, wenn die individuellen Ansichten sich als einer partikularen gesellschaftlichen Gruppierung zugehörig darstellen. Nicht die individuell-zufälligen, sondern die gruppenbezogen-regelmäßigen "Subjektivitäten" sind primärer Bezugspunkt des Objektivitätsproblems. Nicht Subjektivität als solche, sondern Parteilichkeit ist der primäre Gegensatz zu publizistischer Objektivität.

4.1.1.3 Konsequenz für die publizistische Objektivität

Wenn absolut objektive unparteiliche Aussagen, zumal über die soziale Wirklichkeit, nicht möglich sind, weder für den einzelnen, ja nicht einmal für die (Sozial-) Wissenschaft²¹ - wissenschaftliche Erkenntnis als objektive Erkenntnis par excellence verstanden - und auch nicht für den Journalismus, dann folgt aus dem Objektivitätspostulat als Konsequenz: Reflexion der Faktoren, die die Wirklichkeitswahrnehmung und -darstellung beeinflussen, ist notwendig, um sie einerseits transparent

zu machen und sie andererseits soweit wie möglich zu kontrollieren²².

- Das bedeutet für den einzelnen Journalisten wie für die Journalisten als "Stand": Reflexion ihrer Wertorientierungen und ihres gesellschaftlichen Standorts²³.
- Das bedeutet für das System Massenkommunikation, daß die Abhängigkeiten und Einflüsse, denen es unterliegt, bedacht werden müssen²⁴.
- Das bedeutet auch, daß analysiert werden muß, inwieweit das journalistische "Methodenarsenal" die Wirklichkeitswahrnehmung vorherbestimmt²⁵.

4.1.2 Objektivität und mediale Kommunikation

Publizistische Objektivität ist mit der Wirklichkeitserkenntnis des Journalisten noch nicht erreicht. Es geht um die kommunikative Vermittlung von Wirklichkeit. An die Subjekt-Objekt-Relation schließt sich eine technisch vermittelte Subjekt-Subjekt-Beziehung an.

"Der Ort der Objektivität ist irgendwo in der Semiose zu suchen, in der komplexen zwischenmenschlichen Situation, in der sich Zeichenprozesse (Nachrichtenprozesse) abspielen. Zu einer Nachrichtensituation gehören außer den Nachrichten selbst und den Sachverhalten (Objekten), von denen berichtet wird, die Nachrichtenproduzenten (Berichterstatter) mit ihrer psychischen Persönlichkeitsausstattung sowie das Publikum, die Nachrichtenrezipienten, wiederum mit deren psychischem, nachrichtenaufnehmendem und -verarbeitendem Apparat. Um diesen konstitutiven Kern der Semiose (jeder Nachrichtensituation) gruppieren sich weitere relevante Komponenten: indirekte Nachrichtenquellen (wenn von Sachverhalten nicht aus eigener Erfahrung heraus berichtet wird), bestehende Kontexte, innerhalb welcher Nachrichten produziert, rezipiert und inter-

pretiert werden, die allgemeine kulturelle und überhaupt soziale Situation (mit deren Tradition und Innovation) in die jede konkrete Semiose eingebettet ist"²⁶.

Wo genauer ist aber innerhalb dieser Beziehung der Ort von Objektivität zu bestimmen. Im Alltagsverständnis wird sie oft im Bereich der Semantik, in der Übereinstimmung der Aussage mit dem von ihr behaupteten Sachverhalt gesucht, so daß von der Objektivität des Textes gesprochen werden kann. Dagegen vertritt I.Bystřina den Standpunkt, daß sie mit der Intention des Verfassers "entweder die Wahrheit oder die Unwahrheit zu sagen, sowie in seiner Fähigkeit oder Unfähigkeit, diese Intention in Texten zu realisieren"²⁷ zu tun hat. Es gibt dann nur die Möglichkeit von einem nicht objektiv produzierten Text, von einem nicht objektiven Autor zu sprechen. Objektivität ist etwas, was in der Person des "Senders" und zwar in seiner Motivation begründet liegt und nicht im Text. Der Text kann wahr oder falsch sein, der Autor objektiv oder nicht. Beides ist nicht starr verbunden, so daß ein objektiv geschriebener Text durchaus falsch sein kann und umgekehrt, auch wenn wohl angenommen wird, daß zwischen Wahrheit und Objektivität eine positive Korrelation besteht. Wahrheit und Objektivität werden also unterschieden.

Das Problem eines solchen Objektivitätsverständnisses liegt darin, daß damit noch jede Propaganda oder Verleumdung objektiv genannt werden kann, vorausgesetzt die Autoren glauben selbst, was sie produzieren. Will man diese Fälle ausschließen und trotzdem an der Definition festhalten, dann muß man - wie I.Bystřina es tut - auf unbewußte Intentionen zurückgreifen. Wenn aber Begriffe wie "Einstellung", "Vorurteil", "Interessen" oder "Ideologie" eingehen, dann wird Objektivität völlig ungreifbar und undefinierbar. Welche Einstellung z.B. ist als unbewußte Intention zu verstehen, nicht die Wahrheit zu sagen? Wegen dieser Schwierigkeit wird schließlich der Objektivität

tätsbegriff unter der Hand doch wieder mehr oder weniger an der Wirklichkeitsentsprechung festgemacht: Vorurteile "beeinträchtigen häufig und in hohem Maße die Objektivität von Aussagen, Berichten und Texten. Denn Vorurteile beim Berichterstatter, deren wahre Motive unbewußt bleiben oder aus dem Bewußtsein verdrängt werden, produzieren ständig nach vorgegebenen Matrizen falsche Aussagen, von deren Wahrheit der Sprecher mehr oder weniger fest überzeugt ist"²⁸.

Aus diesem Grund scheint es mir sinnvoll, doch eher am Alltagsverständnis anzusetzen und als objektive Berichterstattung eine solche anzusehen, die dem Rezipienten eine möglichst unverzerrte Darstellung der Wirklichkeit liefert, die Gegenstand der Berichterstattung ist. Als ein Faktor, der über die Objektivität mitentscheidet, geht dabei natürlich die bewußte Intention wie auch die Persönlichkeit des Publizisten ein. Darüber hinaus tragen aber eine Vielzahl anderer Faktoren zu einer solchen ungestörten Kommunikation bei, über deren Gelingen erst am Ende des Prozesses, im Bewußtsein des Rezipienten also, entschieden werden kann.

Allerdings werden zunehmend Zweifel artikuliert, ob die Massenmedien, insbesondere das Fernsehen, überhaupt in der Lage sind, auch nur eine halbwegs unverzerrte Wiedergabe der Wirklichkeit zu leisten.

Es geht um Probleme in der Informationsleistung, die ohne jede Manipulationsabsicht von Akteuren entstehen und "die der Fernsehjournalist zwangsläufig in Kauf nehmen muß, es sei denn, es verzichtet gänzlich auf jedwede aktuelle Information über das politische, soziale, wirtschaftliche und kirchliche Geschehen"²⁹. Zugleich hält G.Betz diese Verzerrungen aber auch für "ziemlich bis gänzlich unabhängig von der regelrechten Organisation, der Trägerschaft, den Kontrollregelungen und der Finan-

zierung"³⁰. Massenmedien sind nach dieser Position nicht in der Lage, notwendige Informationsleistungen zureichend zu erbringen, wobei daran weder persönliches Bemühen noch günstige strukturelle Bedingungen Grundsätzliches ändern können. Ähnlich, allerdings weniger als Zwangsläufigkeit denn als Faktum, sehen auch F.Böckelmann und G.Nahr "Manipulation" nicht als Regerverstoß, sondern als Regel³¹.

Ein Grund für diese "medienimmanenten Verzerrungen" ist im rigiden Selektionsprozeß zu sehen, den Informationen auf dem Weg zum Publikum durchlaufen müssen. Die Kriterien, die dabei angelegt werden, vor allem "Neuheit" und "Ungewöhnlichkeit" führen am Ende zum Bild einer Welt, "die rastlos in Veränderung begriffen ist"³², zu einer künstlich dynamisierten Welt. O.B.Roegele spricht in diesem Zusammenhang von einer "strukturbedingten 'Neophilie'"³³ der Massenmedien. Da es sich meist um negatives Geschehen handelt, erweckt dies den Anschein einer bedrohlichen Welt³⁴. Die Selektionsregeln führen weiterhin dazu, daß Ereignisse isoliert, ohne den Kontext des komplexen, kontinuierlichen Geschehens, in dem sie stehen, zur Darstellung gebracht werden.

Während diese Phänomene für alle Nachrichtenmedien gelten, hat das Fernsehen darüber hinaus spezielle Probleme, die im wesentlichen vom Visualisierungszwang ausgehen, dem das Fernsehen unterworfen ist. Die Kamera kann aber nur die "Oberfläche" des Geschehens erfassen; Zusammenhänge lassen sich kaum optisch darstellen. Als Folge zeigt sich eine Konzentration auf Persönlichkeiten, und zwar auf einige wenige Spitzenfunktionäre, und wenige, immer wiederkehrende Situationstypen, wie Flughafenankünfte, Empfänge, Blick in den Kabinettsaal... Die Willensbildungs- und Entscheidungsprozesse in Parlamentsausschüssen, Expertenkommissionen und Diskussionsrunden in der Exekutive, um nur einige Instanzen zu nennen, sind für das Fernsehen unerreichbar und unvermittelbar³⁵.

Der Ton kann hier kaum korrigierend wirken. "Verläßt" er das Bild, kommt es zur "Bild-Ton-Schere", die den Zuschauer überfordert, und die Wortinformation geht gegenüber dem dominanten Bild verloren. So bringt Fernsehen ein Politikbild zur Darstellung, das von der "Action-Seite", Personalisierung und repräsentativen Akten bestimmt ist.

Ein anderes Problem wirft die Mediendramaturgie auf. Fernsehen ist an sich schon ein hochkomplexer Prozeß, da eine große Menge von unterschiedlichen Informationen übermittelt werden. Von der "natürlichen" und anderen "unnatürlichen" Formen der Informationsaufnahme - Lesen, Kino, Radiohören, Theater - unterscheidet sich Fernsehen u.a. durch folgende Besonderheiten:

"1. Informationsverdichtung im auditiven wie im visuellen Kanal (Schnitte, Tricks, Perspektiven, Zoom, knappe, verkürzte Sprache);

2. häufig fehlende Synchronisation zwischen Bild und Ton im Medium, die der Alltagserfahrung widerspricht;

3. der vom Rezipienten nicht zu steuernde Fluß von Bild und Ton (kein Rückfragen, kein beliebig langes Betrachten eines bestimmten visuellen Reizes)"³⁶.

Hier wäre es wichtig, daß die Mediendramaturgie sich an der Aufnahmefähigkeit des Zuschauers orientiert, und eine zu starke Verdichtung von Informationen vermeidet.³⁷

Insgesamt gesehen erscheinen mir diese "medienimmanenten" Verzerrungen zum einen nicht so unvermeidlich, wie dies G.Betz darstellt, zum anderen nicht immer so negativ. Massenmedien stellen die Welt notwendig unter dem Neuheits- und Veränderungsaspekt vor, wenn sie überhaupt eine Informationsleistung erbringen sollen. Schließlich sind die Probleme auch nicht so eindeutig. So wird gerade die "strukturbedingte Neophilie" auch durch Phänomene von Invarianz³⁸ bis hin zur Ritualisierung³⁹ konterkariert.

Man darf insgesamt wohl unterstellen, daß bei der Vermittlungsleistung der Massenmedien die positiven Funktionen die negativen überwiegen und die Bürger mit Massenmedien handlungsfähiger sind als ohne, wobei sicherlich noch ein erheblicher Spielraum für Verbesserungen besteht.

4.1.3 Objektivität und Medienstruktur

Die Frage nach dem Ort von Objektivität muß noch präziser gestellt und dazu das Modell der Massenkommunikation erweitert werden. Massenkommunikation ist ja nicht ein Prozeß, in dem eine Botschaft von einem Kommunikator über ein Massenmedium an einen bzw. viele Rezipienten übermittelt wird. Vielmehr wird eine Vielzahl von Botschaften über eine Vielzahl von Kommunikatoren und Medien an verschiedene, sich teilweise überlappende Publika verteilt. Die Frage ist nun, wo die unverzerrte Beschreibung der Wirklichkeit denn zu finden sein soll: auf der Ebene der Gesamtberichterstattung und damit bei einem "Super-Rezipienten", der eine Vielzahl von Medien wahrnimmt, oder auf der Ebene des Einzelmediums, des einzelnen Programms oder des einzelnen Textes. Dabei ist der Super-Rezipient durchaus keine reine Fiktion. Es gibt ihn im politisch-administrativen System, aber auch in Institutionen und Organisationen des gesellschaftlichen Bereichs, in Verbänden, Parteien, Betrieben, Kirchen... Wenn Massenkommunikation nur in ihrer Aufgabe als "Transmissionsriemen" betrachtet wird, gesellschaftliche Interessen und gesellschaftlichen Entscheidungsbedarf an das politische Entscheidungssystem zu vermitteln, dann ist eine "Gesamtobjektivität" der Massenkommunikation ausreichend, die zentralen Superrezipienten ein unverzerrtes Bild politisch relevanter gesellschaftlicher Wirklichkeit liefert.

Eine solche Gesamtobjektivität sollte nicht gering geschätzt werden. Sie leistet einen wichtigen Beitrag dazu, den politischen Entscheidungsträgern durch Information qualifizierte Entscheidungen zu ermöglichen. Schließlich ermöglicht sie prinzipiell auch dem einzelnen Bürger sich umfassend zu informieren. Dies setzt allerdings einen Aufwand an Zeit und finanziellen Mitteln sowie eine Übersicht über das Mediensystem und ein großes politisches Interesse voraus, von dem realistisch nicht ausgegangen werden kann.

Deswegen ist Objektivität auf den je einzelnen Rezipienten zu beziehen. Der Zielpunkt von Objektivität ist also der Bürger, dem durch Massenkommunikation ermöglicht werden soll, sich real und nicht nur prinzipiell ein weitgehend unverzerrtes Bild der politisch relevanten Wirklichkeit zu verschaffen. "Publizistische Objektivität erscheint somit als demokratische Informationsgarantie, die den Rezipienten die Wissensgrundlagen für möglichst selbständige, persönlichkeits- und wirklichkeitsgerechte Verhaltensentscheidungen sichert, weil diese wiederum die Voraussetzung für eine je optimale Teilnahme und Teilhabe am politischen Prozeß bilden"⁴⁰.

Eine demokratiebezogene politische Massenkommunikation erfordert eine Objektivität "'von unten', vom einzelnen Rezipienten unter Berücksichtigung seiner Lese-, Hör- und Sehgewohnheiten"⁴¹.

Welche Folgerungen daraus für die Struktur der Massenkommunikation zu ziehen sind, wird uns weiter unten noch beschäftigen⁴².

4.2 Kriterien von Objektivität

Objektivität hat mit der unverzerrten Darstellung von Wirklichkeit zu tun. Nun wissen wir schon aus der Alltagserfahrung, daß es viele Möglichkeiten gibt, dagegen

zu verstoßen.

Falsche Aussagen zu machen, ist meist die plumpste Art, gezieltes Verschweigen schon geschickter. Für eine un- oder mißverständliche Darstellung wird der "Empfänger" möglicherweise gar sich selbst - die eigene Ungebildetheit - verantwortlich machen, sofern sich die Botschaft nur "elaboriert" genug darstellt.

Es gibt also einige Kriterien, denen eine Kommunikation genügen muß, um als objektiv beurteilt werden zu können⁴³. Die wichtigsten sollen im folgenden dargestellt werden.

4.2.1 Orientierung am Ereignis: Richtigkeit und Vollständigkeit

"Richtigkeit" ist sicher eine notwendige Voraussetzung für eine objektive Information. Der Rezipient kann sich nur ein einigermaßen zutreffendes Bild der Realität machen, wenn das, was berichtet wird, den Tatsachen entspricht.

Begriffslogisch ist das Kriterium "Richtigkeit" also in Bezug auf "Objektivität" sicherlich am wenigsten problematisch. Die Schwierigkeiten beginnen da, wo die Feststellbarkeit von Richtigkeit zur Diskussion steht. Gerade die soziale und politische Wirklichkeit liegt nicht einfach "da", sondern muß oft mühsam erschlossen und erforscht werden und ist manchmal nicht eindeutig zu erkennen. Die Ursachen dafür sind vielfältig: Sie reichen von physikalischer Komplexität bis hin zur politischen Verschleierung von Sachverhalten. Trotz allem ist die Forderung nach Richtigkeit der Berichterstattung nicht sinnlos, sofern man von einem Realismus - wie begrenzt er auch immer sei - der Erkenntnis ausgeht und davon, daß es in der Möglichkeit der an der Massenkommunikation beteiligten Menschen liegt, den Grad an Richtigkeit der Information zu beeinflussen.

"Richtigkeit" ist selbstverständlich noch kein hinreichendes Kriterium. Häufiger als durch falsche Aussagen über die Realität wird sie - so vermute ich - durch unvollständige Information verzerrt wiedergegeben. Objektivität verlangt also Vollständigkeit. "Wann ist nun aber ein Text, der einen Sachverhalt darstellt, vollständig? Eine journalistische Aussage über die Realität ist dann vollständig, wenn sie die wesentlichen Informationen über die Realität wiedergibt"⁴⁴.

Diese Erläuterung zeigt, daß der Begriff "Vollständigkeit" wohl noch problematischer ist als der der "Richtigkeit". Die Feststellung des "Wesentlichen" ist wahrscheinlich noch mehr der subjektiven Einschätzung unterworfen als des "Wirklichen". Aber auch hier ist darauf zu bestehen, daß der Sachverhalt selbst eine "Informationshierarchie" enthält, die Beurteilung also nicht nur von subjektiven Elementen abhängig ist.

"Vollständigkeit" ist zugleich ein irreführender Begriff, wie bereits deutlich wurde, da in der Massenkommunikation notwendig und ständig Selektionsprozesse stattfinden. Die Fülle der Welt - und sei es nur der politischen - kann von keinem Menschen auch nur annähernd verarbeitet werden. Die Komplexität muß reduziert werden⁴⁵.

"Vollständigkeit" heißt also nicht "alles". Objektivität kann und soll nicht ein Abbild der Wirklichkeit liefern, sondern eine "maßstabsgerechte Verkürzung aller nach der gemeinsamen Wirklichkeitserfahrung und dem gemeinsamen Sinnhorizont relevanten Dimensionen der Realität"⁴⁶.

"Vollständigkeit" hat somit einerseits dem Sachverhalt gerecht zu werden, der an sich eine lückenlose, alles umfassende Wiedergabe fordert, und andererseits dem Rezipienten, zu dessen Orientierung über den Sachverhalt berichtet wird. Dies verlangt aber eine Reduktion, die weder zu gering noch zu stark sein darf, sondern zwischen

totaler Reduktion und voller Wiedergabe irgendwo ein Optimum erreicht⁴⁷.

Komplexer wird die Sache, wenn man noch bedenkt, daß politische Publizistik nicht nur über einzelne Sachverhalte, sondern über das gesamte politisch relevante Geschehen objektiv informieren soll. Auch die Auswahl der Ereignisse selber muß also "vollständig" sein. Ein Medium, das Ereignisse richtig und vollständig darstellt, die Ereignisse aber recht einseitig auswählt, verfehlt die Objektivität.

Damit ist die "Ausgewogenheit" angesprochen.

4.2.2 Orientierung am gesellschaftlichen Pluralismus: Ausgewogenheit

"Ausgewogenheit" wird bei U.Saxer zu den Kriterien von "Objektivität" gerechnet⁴⁸, von G.Bentele dagegen ausdrücklich als solches abgelehnt⁴⁹ und von J.Aufermann als Ersatz für Objektivität angesehen, wenn diese nicht möglich ist⁵⁰. G.Bentele argumentiert folgendermaßen: "Normalerweise ist die Realität sehr 'unausgewogen': ein Ereignis ereignet sich oder es ereignet sich nicht, nicht aber beides gleichzeitig, oder es existiert zu der Fülle von Ereignissen, Sachverhalten etc. ein breites Spektrum von Meinungen, Bewertungen etc., ohne daß dies 'ausgewogen' in irgendeinem vernünftigen Sinn wäre"⁵¹. Dementsprechend kann, so ist zu ergänzen, ein objektiver Text auch nur realitätsgerecht oder nicht, nicht aber ausgewogen sein.

Zur Auseinandersetzung mit diesem Standpunkt muß zwischen dem einzelnen Ereignis, das Gegenstand eines journalistischen Textes wird, und der Gesamtheit der Ereignisse, aus denen die Medien eine sinnvolle Auswahl zu treffen haben, unterschieden werden.

Eine journalistische Darstellung eines einzelnen empirisch feststellbaren Ereignisses kann kaum ausgewogen sein. Sie kann nur richtig und vollständig sein.

Häufig aber sind Ereignisse nicht unstrittig feststellbar, Sachverhalte sind unklar, Ursachen und Folgen nicht eindeutig. Wenn solche ungeklärten Aspekte von Ereignissen Thema werden, wenn hierzu verschiedene Meinungen existieren, dann bekommt der Begriff der "Ausgewogenheit" Sinn; er drückt aus, daß die verschiedenen Meinungen angemessen berücksichtigt und nicht die bestimmter Gruppen vernachlässigt werden sollen.

Weiterhin ist "Ausgewogenheit" bei der journalistischen Selektion von Themen und Ereignissen geboten, da man hier häufig von einer unterschiedlichen Relevanz für verschiedene gesellschaftliche Gruppen ausgehen muß.

"Ausgewogenheit" ist also Kriterium von Objektivität, wenn eine Darstellung sich nicht allein vom Ereignis leiten lassen kann, sondern, weil dieses unklar und umstritten ist, widerstreitende Interpretationen verschiedener Gruppen um der Vollständigkeit und Sachgerechtigkeit willen berücksichtigen muß, sowie bei allen Prozessen, die die Auswahl aus konkurrierenden Meinungen und Themen, aber auch aus nichtsprachlichen Ereignissen für die Berichterstattung betreffen. Im Hintergrund steht der gesellschaftliche Pluralismus, der zwar nicht völlig, aber doch partiell unterschiedliche soziale "Welten" bedingt und zu konkurrierenden Interpretationen führt, die nicht vorläufig zur Kommunikation in ihrem Geltungsanspruch bestätigt oder verworfen, sondern nur in ihr möglicherweise einer Übereinstimmung näher gebracht werden können. Die Unterschiedlichkeit der Sichtweisen ist selbst ein wesentliches Element der Wirklichkeit.

Festzuhalten ist, daß "Ausgewogenheit" durchaus ein Kriterium von "Objektivität" ist, allerdings unter "Vollstän-

digkeit" subsumiert werden kann⁵². Von G.Bentele wird sie deswegen abgelehnt, weil er Objektivität nur auf die Darstellung eng begrenzter Ereignisse bezieht, nicht aber auf die gesamte mediale Wirklichkeitserfassung. Dies gilt im wesentlichen auch für J.Aufermann⁵³. Hinzu kommt bei beiden die Ablehnung der gegenwärtigen Tendenz, Ausgewogenheit im Sinne von Parteienproporz - möglichst nur der "staatstragenden" - zu praktizieren und Randgruppen und extreme, kritische Meinungen "auszuschalten", was allerdings der Ausgewogenheit und damit der Objektivität geradewegs widerspricht. Randmeinungen gehören genauso zur politischen Wirklichkeit wie die Positionen der etablierten Parteien und Verbände. Sie sind wichtig für die politische Orientierung des einzelnen wie für den Austausch von Argumenten und Meinungen zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen und für die bestmögliche politische Entscheidung. Ausgewogenheit verlangt ihre Berücksichtigung und durchaus eine gewisse Bevorzugung, die allerdings die Verhältnisse auch nicht auf den Kopf stellen darf⁵⁴.

"Die banale Mehrheitsmeinung verdient unter dem Gesichtspunkt optimaler Entscheidungsunterlagen für Rezipienten nicht unbedingt viel stärkere publizistische Repräsentation als die kreative Minderheitsmeinung, sobald einmal das statistische Verhältnis der zwei als selbstverständlich weiteres wichtiges Orientierungsdatum bekanntgegeben worden ist"⁵⁵.

Hinter dieser - leider etwas unpräzisen - Aussage steht der Grundgedanke, daß es in der Massenkommunikation wesentlich um das Kennenlernen von und die Auseinandersetzung mit Meinungen geht, die zwischen gesellschaftlichen Gruppen über die Medien ausgetauscht werden. Dabei ist es wichtig, die Argumente darzustellen und auch ihre Verteilung in der Gesellschaft zu nennen; es ist aber nicht

notwendig, die Argumente der Mehrheit immer und immer wieder zu wiederholen, bis sie angemessen proportional vertreten sind. Dieses Vorgehen wäre im Sinne einer Mehrheitsbildung - Hauptsache irgendeine Mehrheit - wohl funktional, sofern man bestimmte Medienwirkungen annimmt, nicht aber unter dem Gesichtspunkt einer rationalen Auseinandersetzung im Vorfeld der Entscheidung, wofür das Gewicht, nicht die Anzahl der Vertreter bzw. der Wiederholungen eines Arguments im Vordergrund steht.

4.2.3 Orientierung am Rezipienten: Verständlichkeit

Objektivität ist, wie bereits dargelegt, auf den Rezipienten zu beziehen. Ihn soll eine einigermaßen unverzerrte publizistische Darstellung der Wirklichkeit erreichen. Dazu ist es notwendig, daß die Medien, die ihm realistisch-erweise zur Verfügung stehen, richtige und vollständige Informationen enthalten. Aber das ist noch nicht hinreichend. Objektivität verlangt eine Gestaltung journalistischer Texte, die erwarten läßt, daß auch nach den Rezeptionsprozessen - gewissermaßen im Bewußtsein des Publikums - die Richtigkeit und Vollständigkeit der Information soweit als möglich sichergestellt ist.

Dazu ist eine Verständlichkeit der Darstellung, die zum einen ein sprachliches, zum anderen ein sachliches Problem ist, unabdingbar.

Sprachlich geht es darum, daß die Texte dem Sprachverständnis der Rezipienten angemessen sein müssen, wobei mindestens seit B. Bernsteins Untersuchungen deutlich ist, daß hier soziale, schichtspezifische Unterschiede bestehen⁵⁶. Es ist also notwendig, die sprachlichen Muster der Unterprivilegierten zu berücksichtigen und auf sie einzugehen, um nicht über die Massenmedien die Differenz im Wissensstand zu verstärken. "Bereits privilegierte Gruppen

werden von den Massenmedien besser als die benachteiligten Gruppen mit denjenigen Informationen und Einsichten versorgt, die sie benötigen, um ihre Interessen zu erkennen und in die politische Diskussion und in die politischen Entscheidungen einzubringen"⁵⁷.

Im Fortgang der Arbeit muß die Erkenntnis präsent bleiben, daß zu Objektivität nicht nur eine ausgewogene Berichterstattung von allen, sondern auch für alle Gruppen in der Gesellschaft gehört, (womit allerdings gerade nicht einem "Primitivjournalismus" für das "einfache Volk" das Wort geredet werden soll).

Verständlichkeit ist aber zugleich von der Komplexität der Sachverhalte bedroht. Die pure Darstellung von Fakten kann ein Verstehen unmöglich machen. So wird häufig eine Reduktion komplexer Sachverhalte auf grundlegende Strukturen, ein "Angebot vereinfachter politischer Alternativen zu komplexen Problemen"⁵⁸ notwendig sein. Verstehenshilfe kann aber auch Hintergrundinformation geben, die erst Zusammenhänge deutlich macht. Dies ist der Grundgedanke des interpretativen Journalismus. "Zu den Fakten muß der Zusammenhang, muß der Hintergrund, muß die Analyse kommen"⁵⁹.

Objektivität erfordert - dies ist der Sinn des Kriteriums "Verständlichkeit" - die Berücksichtigung von regelmäßigen Voraussetzungen, Dispositionen und Verhaltensweisen der Rezipienten. Es ist aber nicht möglich, sie gewissermaßen im einzelnen so auszurechnen und den Text dementsprechend so zu gestalten, daß seine Objektivität auch garantiert das Bewußtsein des Mediennutzers erreicht. Der Rezipient nimmt nicht einfach auf, was ihm vorgesetzt wird; er verhält sich aktiv.

Der "aktive Rezipient" wurde zwar schon in der Erie-County-Studie "entdeckt"⁶⁰ und ging auch in theoretische Konzepte ein, so insbesondere in den rezipientenorientierten Nutzenansatz, der dem kommunikatororientierten Wirkungskonzept

gegenübergestellt wurde. Der Rezipient wurde aber in seinem Aktionsradius doch recht begrenzt vorgestellt. Man traute ihm mehr oder weniger nur Selektionsleistungen zu. Da diese am deutlichsten sichtbar und ökonomisch am meisten spürbar - man denke an die Bedeutung der Zahl der erreichten Rezipienten für die Höhe der Werbeeinnahmen - sind, wurden sie auch am ausführlichsten untersucht. Es muß aber davon ausgegangen werden, daß die Rezipienten dem Objekt "Medium" gegenüber die gleichen Erkenntnisleistungen vollbringen wie z.B. der Reporter gegenüber einem Ereignis: außer Selektivität spielen auch Perspektivität und Konstruktivität eine Rolle.

"Nimmt man die These vom 'aktiven Rezipienten' wirklich ernst, dann muß man meiner Meinung nach konsequenterweise den Aspekt der konstruktiven und elaborativen Informationsverarbeitung gleichberechtigt neben den Aspekt der selektiven Informationsverarbeitung stellen. Die Wirkung reduziert sich nämlich nicht auf ein Vermittlungsproblem zwischen Kommunikator und Rezipient, sondern ist eine Folge von (tatsächlicher oder imaginativer) Kommunikation. Vom Kommunikator nicht beabsichtigte, schlußfolgernde Interpretationen, sinnstiftende Deutungen und idiosynkratische Projektionen des Rezipienten sind deshalb keine ignorierbaren "Fehler", sondern wichtige Wirkungskriterien, die einen Teil der Bedingungen beschreiben, unter denen material präsente Zeichen vom Publikum aktiv in eine subjektive Vorstellungswelt umgesetzt werden"⁶¹.

Die Kenntnis solcher Rezeptionsprozesse kann der Publizist im Sinne von Objektivität ge- oder mißbrauchen. Trotzdem ist es wichtig festzustellen, daß es außerhalb seines Einflusses liegt, ob der Rezipient ein angemessenes Bild der wiedergegebenen Sachverhalte bekommt, so wesentlich der Journalist natürlich daran beteiligt ist. Aber auch der Rezipient kann als Manipulator im Massenkommunikationsprozeß auftreten⁶². Auch er trägt Verantwortung.

Verständlichkeit - empfängerorientierte Darstellung - kann also auch nicht garantieren, daß das Bild von der Realität im Kopf des Rezipienten dem Bild der Realität im Medium oder gar der Realität selber entspricht, aber sie macht dies erst möglich. Mehr kann von Medien mit Fug und Recht jedoch auch nicht verlangt werden.

Selbstverständlich steht die "Rezipientenmanipulation" nicht außerhalb einer Medienethik⁶³. Über den Appell an den einzelnen hinaus, sich nicht manipulativ den Medienangeboten gegenüber zu verhalten, geht es strukturell dann darum, den Rezipienten durch Medienpädagogik und das ganze Bildungssystem die Fähigkeiten dazu zu vermitteln und durch das Medienangebot und die Medienstruktur dies zu erleichtern, bzw. wenigstens verzerrender Rezeption keinen Vorschub zu leisten.

Neben "Verständlichkeit" wären unter dem Stichwort der "Rezipientenorientierung" noch eine Vielzahl anderer Gesichtspunkte abzuhandeln. Beispielsweise wäre darauf hinzuweisen, daß die jeweilige Lebenssituation und der jeweilige Informationsbedarf berücksichtigt werden muß, damit Medieninhalte in den subjektiven Sinnzusammenhang eingeordnet werden können und einen Beitrag zum eigenständigen und verantwortlichen Handeln erbringen.⁶⁴ Verständlichkeit ist nur eine Minimalbedingung der Rezipientenorientierung. Die anderen Gesichtspunkte überschreiten aber den Themenbereich der "Objektivität", die sich damit auch nur als Mindestanforderung an die inhaltliche Leistung der Massenmedien darstellt.

4.3 Formen von Objektivität

Objektivität, verstanden als möglichst unverzerrte publizistische Beschreibung der Wirklichkeit, kann möglicherweise auf verschiedene Art und Weise erreicht werden.

Zwei dichotomisierende Unterscheidungen sollen hier diskutiert werden.

4.3.1 Additive versus reduktive Objektivität oder: Wieviel Subjektivität und Parteilichkeit ist erlaubt?

U.Saxer unterscheidet zwei Möglichkeiten, publizistische Objektivität zu verwirklichen: die additive und die reduktive.

Erstere versucht "publizistische Objektivität gewissermaßen durch Addition von subjektiven oder immerhin gruppenspezifischen Standpunkten zu erreichen. Die unvermeidliche Perspektivität publizistischer Aussagen soll mit anderen Worten dadurch überwunden werden, daß alle wichtigen Perspektiven ausgewiesen werden und auf diese Weise so etwas wie ein überindividuelles und übergruppenhaftes Gesamtbild der Realität zustande kommt"⁶⁵.

Dagegen strebt die reduktive Objektivität an, "nackte Faktizität" zu vermitteln, "entsprechend dem hier vorwaltenden Ideal des sozusagen ich-losen publizistischen Vermittlers. Die Objektivitätsgarantie bei der Reproduktion von Umweltkomplexität wird in diesem Fall also durch die Reduktion von Subjektivität angestrebt"⁶⁶.

Diese Unterscheidung, auch wenn sie auf den ersten Blick einleuchtend erscheinen mag, bedarf einer genaueren Klärung.

Zuerst einmal ist festzuhalten, daß Subjektivität nicht völlig ausgeschaltet werden kann⁶⁷, was auch U.Saxer

sicher nicht annimmt⁶⁸. Damit erweisen sich additive und reduktive Objektivität nur als graduell verschieden; es werden gewissermaßen bei letzterer nur kleinere "Beträge" an Subjektivität addiert. Dies macht die Unterscheidung jedoch nicht sinnlos.

Weiterhin ist zu bedenken, daß auch reduktive Objektivität additive Elemente enthält. Die Wirklichkeit wird nämlich von verschiedenen Gruppen unterschiedlich interpretiert und diese verschiedenen Interpretationen sind selber ein Teil der Wirklichkeit, oft der einzig zugängliche. Wenn aber die Wirklichkeit selbst "additiv" strukturiert ist, muß auch die reduktive Objektivität davon gekennzeichnet sein. Reduktive und additive Objektivität unterscheiden sich lediglich dadurch, wie sie diese "Additivität der Wirklichkeit(en)" publizistisch angehen. Insofern ist die Begriffswahl von U.Saxer ungünstig. Sie unterscheiden sich dadurch, daß bei reduktiver Objektivität der Journalist oder das einzelne Medium mehr oder weniger Äquidistanz zu allen diesen pluralen Wirklichkeitsdefinitionen einzuhalten sucht, um sie auf diese Weise gleichmäßig wiederzugeben, während bei additiver Publizistik der einzelne Kommunikator bzw. das Medium Affinitäten zu einzelnen Positionen zeigt, sie also ungleichmäßig wiedergibt. Unverzerrte Wiedergabe stellt sich hier günstigstenfalls eine Ebene höher - bei Addition der Berichte mehrerer Publizisten bzw. publizistischer Organe - ein. Auf der Ebene, auf der die reduktive Verfahrensweise die Pluralität der Sichtweisen schon "eingefangen" hat, also binnenplural geworden ist, ist das additive Vorgehen noch außenplural (unter der nicht selbstverständlichen Annahme, daß "außen" insgesamt die Pluralität widergespiegelt wird)⁶⁹.

Man kann es auch so formulieren: während beim reduktiven Verfahren der Widerstreit der Meinungen referiert wird,

beteiligt sich additive Publizistik an ihm. Durch beide Verfahren kann er den Rezipienten objektiv vermittelt werden.

Diesen Verfahren sind verschiedene Journalismuskonzeptionen mehr oder weniger direkt zuzuordnen.

Reduktiver Objektivität entspricht eindeutig das Konzept des "Informationsjournalismus" bzw. des "objective reporting". "Die Nachricht (und ihre erweiterte Version: der Bericht) sollen nach dieser Auffassung allein auf Fakten, auf 'reine' Fakten zurückzuführen sein, die durch neutrale Beobachtung und durch umfassende, aber nüchtern beschriebene Recherchen ermittelt und unverändert übermittelt werden"⁷⁰. Da aber Fakten immer der Interpretation bedürfen und zugleich immer ein Selektionsprozeß bei der Auswahl von Fakten stattfindet - Prozesse, die in diesem Konzept nicht zureichend reflektiert sind -, ist nicht auszuschließen, daß bei diesem Konzept Subjektivität und Parteilichkeit sich besonders unreflektiert einschleichen und die scheinbar so "harte" Objektivität gefährden. Dazu trägt auch die Beschränkung auf "Fakten", die intersubjektiv relativ unstrittigen "Schichten" der Realität, bei, die "der Realitätsidee der klassischen Physik sehr nahe steht"⁷¹ und auf ihren Objektivitätsstandard zielt, der Vielschichtigkeit sozialer Wirklichkeit aber nur bedingt gerecht wird. Daneben ist zu befürchten, daß ein solches Konzept auf eine bereits von Interessen geprägte und mit subjektiven Realitätsdefinitionen versehene Wirklichkeit leicht "hereinfällt"⁷².

Mehr als Ergänzung denn als Opponent dieser Konzeption ist der "interpretative Journalismus" zu sehen. Er betont die Notwendigkeit, Zusammenhänge und Hintergründe von Ereignissen zu berücksichtigen und darzustellen, um das Geschehen richtig zu deuten und ein Verständnis zu ermöglichen. Nur so wird man sowohl dem Geschehen wie den

Rezipienten gerecht⁷³.

Diesen beiden traditionellen Formen steht der "new journalism" gegenüber, der eine Vielzahl von heterogenen Entwicklungen umfaßt⁷⁴, die aber fast ausnahmslos⁷⁵ dem additiven Verfahren zuzurechnen sind. Im Gegensatz zu einer dünnen, schematischen Darstellung der Oberfläche von Ereignissen soll hier die Wirklichkeit in ihrer Lebendigkeit dargestellt werden: Wirklichkeit, wie sie von einem Subjekt erlebt und interpretiert wird, das dann versucht, diese Erfahrungen wieder zum Ausdruck zu bringen und in ver"dichteter", ästhetisch anspruchsvoller Form darzustellen. Dabei kann sich der Journalist sogar romanhafter, fiktionaler Momente bedienen, um diese subjektive Wirklichkeit des Erlebten zum Ausdruck zu bringen und kommunizierbar zu machen und die "Tiefenstruktur" der Wirklichkeit zu beschreiben. Der Journalist bringt hier seine Subjektivität bewußt ein, um subjektive und objektive Wirklichkeit zu verbinden. Der "Durchgang" der äußeren Wirklichkeit durch das Subjekt soll deutlich gemacht werden.

In der Medienpraxis kommt - anders als in der publizistikwissenschaftlichen Diskussion - dem Informationsjournalismus immer noch Priorität zu. Der Grund dafür liegt in seiner Effizienz unter ökonomischen und organisatorischen Gesichtspunkten⁷⁶. Mit der Elektronisierung der Informationsverarbeitung in den Redaktionen, die mit zunehmender Standardisierung und Routinisierung von Arbeitsabläufen einhergeht, dürfte sein Gewicht noch zunehmen⁷⁷. Interpretierenden und analysierenden Darstellungen und insbesondere den bewußt subjektiven, persönlichen Formen des journalistischen Arbeitens bleibt nur eine marginale Rolle.

Unter dem Gesichtspunkt der Objektivität kann aber auch ein subjektiv-parteilicher Journalismus leistungsfähig

sein, wenn eine Vielzahl solcher Darstellungen von verschiedenen Positionen aus zusammenkommt. Dabei muß allerdings sehr ernsthaft bedacht werden, "was das angesichts der Angebotsoligopole und -monopole im deutschen Tagesjournalismus der Zeitungen und des Rundfunks bedeutet"⁷⁸. Additive Objektivität setzt jedenfalls immer Vielfalt auf der Ebene voraus, auf der Subjektivität bewußt und legitim eingebracht wird.

Zu klären ist, wo - auf welcher Ebene - sich denn die vielen unterschiedlichen Perspektiven spätestens zu Objektivität zu addieren haben. U.Saxer vertritt die Auffassung, daß dies bei Monopolmedien - insbesondere dem Rundfunk, aber auch bei Pressemonopolen - innerhalb des Mediums, bei den anderen - insbesondere einer pluralistischen Presse - auf der Ebene des Presse-Gesamtsystems geschehen sollte⁷⁹. Dem ist weitgehend zuzustimmen. In dieser Arbeit wurde allerdings bereits dargelegt, daß der Rezipient Orientierungspunkt von Objektivität sein muß. Es kann von ihm kaum erwartet werden, alle Zeitungen zu lesen, um objektiv informiert zu werden. Objektivität muß sich bereits in dem kleineren Rahmen der Medien ergeben, die für einen Normalrezipienten realistischerweise erreichbar sind, ohne ihm andererseits nur noch solche Medien anzubieten, bei denen sich die Vielzahl der Perspektiven schon auf dieser Ebene - binnenplural - zu Objektivität addiert haben.

Insgesamt ist zu berücksichtigen, daß ein additives Verfahren nicht unbedingt zu einem ausgewogenen und objektiven Bild der Wirklichkeit führt. Bei einer großen Vielzahl ist ein solches stochastisch gesehen zwar zu erwarten, aber systematische Einflüsse können zu einem ganz anderen Resultat führen⁸⁰. Es können aus verschiedenen Gründen Beiträge von gesellschaftlichen Gruppen nicht berücksichtigt sein.

Insofern ist gegenüber dem additiven Verfahren Vorsicht angebracht. Wenn allerdings tatsächlich additive Objektivität gelingt, ist sie gegenüber reduktiver nicht schlechter einzustufen. Eine Mischung aus beiden, aus - im weitesten Sinne verstanden - "Nachricht" und "Kommentar" könnte für die Meinungsbildung des Bürgers durchaus optimal sein.

Außerdem kann nicht vom gesamten Mediensystem die gleiche Objektivitätsform gefordert werden. Von Medien, die der gesamtgesellschaftlichen Kommunikation dienen, wird die Berücksichtigung aller gesellschaftlichen Gruppen eher erwartet werden müssen, als beispielsweise von einer Parteizeitung, die zumindest die äußere Realität durchaus parteilich sehen darf.

4.3.2 "Richtigkeits"- versus "ausgewogenheits"-orientierte Objektivität oder: Wieviel Recherche ist nötig?

Die Unterscheidung von richtigkeits- und ausgewogenheitsorientierter Objektivität trifft eine Dimension, die möglicherweise bei U.Saxers Unterscheidung von reduktiver und additiver Objektivität schon mitschwingt, die aber meiner Meinung nach eigenständig behandelt werden muß.

Diese Unterscheidung ergibt nur einen Sinn bei empirisch prinzipiell feststellbaren, aber noch nicht eindeutig festgestellten Sachverhalten. Über Sachverhalte, die eindeutig sind, kann man nur zutreffend oder falsch berichten, nicht aber ausgewogen oder unausgewogen; bei Sachverhalten, die nicht feststellbar sind, nur ausgewogen (und richtig) über die verschiedenen Interpretationen, nicht aber richtig über den Sachverhalt selbst. Dazwischen gibt es aber Sachverhalte, die "klärbarer" sind, z.B. der Ablauf, vor allem aber Ursachen und Folgen von

Ereignissen.

Hier gibt es für den Publizisten zwei Möglichkeiten: er kann entweder der Sache durch Recherche auf den Grund gehen, damit manche Interpretationen ausschließen - und der Realität entsprechend unausgewogen werden - und so die Richtigkeit der Berichterstattung anstreben, oder sich darauf beschränken, die verschiedenen Interpretationen wiederzugeben und damit die Ausgewogenheit zu sichern.

Wenn auch eindeutig erscheint, daß das erstere wünschenswert ist, so muß doch auf einige Schwierigkeiten hingewiesen werden:

- Ein solcher Journalismus ist aufwendiger und auch bei der Ware "Information" spielen die Produktionskosten eine erhebliche Rolle, wobei natürlich hohe Qualität auch höhere Kosten rechtfertigt.
- Ein solcher Journalismus ist schwieriger. Er stellt an die Organisation und den Journalisten hohe Ansprüche.
- Ein solcher Journalismus ist riskanter. Die Gefahr, daß bei der journalistischen Erforschung der Wirklichkeit Irrtümer unterlaufen oder aufgrund von Voreingenommenheit bestimmte Interpretationen vorschnell übernommen werden, ist immer gegeben. Die ausgewogene Wiedergabe verschiedener Auffassungen ist wesentlich problemloser, wenn auch für den Rezipienten weniger informativ und meist langweiliger.

Trotz dieser Probleme fordert das Objektivitätsprinzip soviel "Richtigkeit" wie möglich, soviel "Ausgewogenheit" wie nötig. Massenmedien sind nicht nur dazu da, Interpretationen der Wirklichkeit verschiedener Gruppen ausgewogen wiederzugeben, sondern die Wirklichkeit selbst, soweit möglich, darzustellen. Aber auch da, wo die Berichterstattung sich an Ausgewogenheit orientieren muß, kann dies nicht (nur) einen "Verlautbarungsjournalismus" meinen. Zwar haben die Massenmedien durchaus auch den Arti-

kulationsbedürfnissen der gesellschaftlichen Gruppen zu dienen, aber sie dürfen sich - in ihrem redaktionellen Teil - nicht als "Werbeinstrumente" gebrauchen lassen, weil sie auch und vor allem im Dienste der Information des Rezipienten stehen. Politiker - im weiten Sinn verstanden, also auch Vertreter von politisch relevanten Interessenverbänden - haben ein durchaus legitimes Interesse auf Darstellung ihrer Position in der Öffentlichkeit; Organisationen versuchen die "Öffentliche Meinung" in ihrem Sinn zu beeinflussen. Dazu betreiben sie, auch dies legitimerweise, Public Relations und politisches Marketing und entwerfen Kommunikationsstrategien: "Was von dem, was wir anstreben, sagen wir? Wo sagen wir etwas anderes als wir tun? Wie sagen wir es? Welche Ereignisse inszenieren wir, um in die Medien zu kommen? Wie müssen unsere Informations-Output-Strukturen beschaffen sein, damit sie optimal auf die Aufnahmestrukturen des Massenkommunikationssystems passen?"

Aber auch Gruppen, denen diese etablierten Formen der Öffentlichkeitsarbeit nicht zur Verfügung stehen, verfügen über Strategien, die Aufmerksamkeit der Medien auf sich ziehen. Es verbleiben ihnen dazu hauptsächlich negativ-aufsehererregende Aktions- und Artikulationsmöglichkeiten, die Konventionen oder rechtliche Bestimmungen übertreten. Allerdings wird in der Berichterstattung dann meist nur noch die Form der Meinungsäußerung thematisiert, nicht mehr das eventuell berechnete inhaltliche Anliegen⁸¹.

Diese Anstrengungen sind alle mehr oder weniger legitim; nur die Massenmedien sind nicht deren Diener. Sie haben das Recht und die Pflicht, Öffentlichkeitsansprüche auch zurückzuweisen, hinter die Public-Relations-Fassade zu schauen und Informationen von Gruppen zu suchen, die nicht so medienadäquat organisiert sind, daß sie ihre Anliegen "mundgerecht" für das Massenkommunikationssystem

anliefern. "Wenn das politische System den Prozeß der Herstellung von Öffentlichkeit selbst professionell betreibt, muß es zur neuen Verantwortung der Medien gehören, genau diesen Prozeß transparent zu machen - also Kommunikation über Kommunikation zu vermitteln. Manchmal wäre es für den Staatsbürger gewiß wichtiger zu wissen, was die Politiker und warum sie etwas inszenieren, als zum xten Male die gleiche Meinung wieder vermittelt zu bekommen"⁸².

Objektivität fordert also statt der bloßen Wiedergabe von Verlautbarungen einen Journalismus, der sie durch Nachfragen und Nachforschungen ergänzt, d.h. einen recherchierenden Journalismus. "Recherchenjournalismus ist die öffentlich legitime Antwort auf Arkanpolitik und hat die Aufgabe, die unterschlagene Wirklichkeit für die öffentliche Kommunikation zu erschließen"⁸³.

Information über die Positionen und Interessen gesellschaftlicher Gruppen kann sich nicht nur auf deren - oft bereits für die Massenmedien inszenierte - Selbstdarstellung stützen, die immer mehr "Prospekt"charakter annimmt⁸⁴. Bei aller Ausgewogenheit muß eine Berichterstattung, die die Objektivitätsforderung ernst nimmt, sich an der Aufgabe orientieren, dem Rezipienten ein Bild davon zu geben, welche Interessen die jeweiligen Gruppen wirklich vertreten. Dazu ist es notwendig, auch hinter die Fassade aus Presseverlautbarungen etc. zu schauen, um die wirklichen Meinungen, Positionen und Interessen festzustellen.

Objektivität verlangt also mehr als die ausgewogene Berücksichtigung und Wiedergabe von Public-Relations-Veranstaltungen. Sie fordert auch die eigenständige journalistische Erforschung der Wirklichkeit: "investigativen Journalismus"⁸⁵. Recherche und Objektivität schließen sich nicht aus; ganz im Gegenteil.

Objektivität benötigt einen Journalismus, der gegen die Öffentlichkeitsmacht starker organisierter Interessen mit ihrem politischen Marketing und ihrer auf das Massenkommunikationssystem zugeschnittenen Kommunikationsstrategie⁸⁶ auch schwache, nicht organisierte Interessen in die politische Massenkommunikation einbringt. Sie fordert einen anwaltschaftlichen Journalismus.

Die Wirklichkeit erreicht den Journalisten in der Regel bereits als vermittelte, berichtete und damit als bearbeitete und interpretierte. Es scheint wichtig, daß er sich nicht nur auf einen neuerlichen redaktionellen Bearbeitungsprozeß beschränkt - auch wenn dies sicherlich notwendig ein Hauptfaktor der Arbeit ist - sondern eigenständige Aktivitäten unternimmt, um hinter und "neben" diese vermittelte Wirklichkeit zu gelangen; um jenen Teil der Wirklichkeit zu "suchen", der in die traditionellen Informationsbahnen nicht eingeht.

Objektivität ist dementsprechend durchaus ein kritisches Prinzip, weil es - obgleich in der "Ausgewogenheit" auf den Status quo und die Überparteilichkeit bezogen - mit der "Richtigkeit" der Realität und ihrer Einseitigkeit allen Versuchen der Schönfärberei zum Trotz verpflichtet ist.

"Jenes objektiv Dargestellte, das - wie etwa Slums - den Standards der bestehenden Ordnung nicht genügt, erscheint ja auch ohne ausdrückliche Zitierung dieser Normen als Verletzung derselben. Insofern eignet dem Objektivitätsprinzip auch durchaus eine kritische Komponente, sogar wenn es die normativen Standards selbst nicht besonders problematisiert. Dieses kritische Potential des Objektivitätspostulats ist es, das die publizistischen Medien zum Beispiel davor bewahrt, bloße Public-Relations-Agenturen zu werden, die Strittiges oder Übelstände einfach verschweigen"⁸⁷.

Journalismus muß nämlich nicht nur den Artikulationsbedürfnissen gesellschaftlicher Gruppen, sondern auch den Informationsbedürfnissen der Rezipienten genügen.

4.4 Ertrag und weiteres Vorgehen

"Es gibt keine Objektivität oder: nur Gott ist objektiv" überschreibt F. Alt einen Beitrag zum Objektivitätsproblem⁸⁸. Der Grund, den er dafür anführt, scheint einleuchtend: Wenn Menschen handeln, handeln sie subjektiv, "das Gegenteil also von 'objektiv', wenn Worte einen Sinn haben"⁸⁹. Dieser Ablehnung von Objektivität, die sich auf die Subjektivität allen menschlichen und journalistischen Erkennens und Tuns beruft, und mit der er nicht allein steht⁹⁰, kann ich allerdings nur begrenzt zustimmen. Das Problem, um das es geht, ist ja gerade, wie durch die subjektiven Elemente menschlicher Erkenntnis hindurch Objektivität möglich sein kann, genauer ein Höchstmaß realisiert werden kann. Objektivität ist dann als Maßgabe publizistischen Handelns nicht sinnlos, wenn es in der Möglichkeit des Menschen liegt, das Ausmaß an Objektivität zu beeinflussen. Unmögliches liegt außerhalb der Reichweite ethischer Überlegungen. Das Problem publizistischer Objektivität stellt sich primär nicht auf der Ebene "philosophisch-theoretischer Identität, sondern auf derjenigen einer optimalen publizistischen Praxis. Die Forderung nach publizistischer Objektivität und damit auch die entsprechende journalistische Berufsnorm ist schließlich viel weniger aus abstrakten Erwägungen erwachsen denn aus konkreten Bedürfnissen; und das angestrebte Ziel ist nicht irgendwelche Deckungsgleichheit der publizistischen Aussage mit irgendeinem Ding an sich, sondern allem voran bloß weniger Verzerrung der publizistisch wiederzugebenden Umwelt durch Parteilichkeit"⁹¹.

So verstanden - als größtmögliche - ist Objektivität definitionsgemäß möglich. Oder anders formuliert: Objektivität anzustreben ist sinnvoll, wenngleich sie niemals ganz realisiert werden kann. "Auf den Annäherungswert, den wir journalistische Objektivität nennen, kommt es an"⁹². Das Bemühen um Objektivität ist notwendig⁹³.

Sozialethische Überlegungen können nun aber nicht bei der Forderung nach Objektivität - vielleicht gar nur an den einzelnen Publizisten gerichtet - stehenbleiben. Sie müssen nach den überindividuellen sozialen Voraussetzungen, Bedingungen und Gefährdungen von Objektivität fragen. Massenkommunikation entsteht aus dem organisierten, strukturierten Zusammenwirken von Menschen. Dabei hat die Art, wie das System der Massenkommunikation organisiert ist, einen großen Einfluß darauf, welcher Grad an Objektivität tatsächlich realisiert bzw. realisierbar ist.

Sicherlich ist der Wille und die Fähigkeit des einzelnen Publizisten zu objektiver Information wichtig, aber die Strukturen können diese erschweren oder erleichtern, wie sie auch Mängel des einzelnen teilweise ausgleichen können. Auch starke Verzerrungen in der Wirklichkeitsbeschreibung des einen, können durch die Vielfalt der Perspektiven in gewissem Maße ausgeglichen werden. Viel stärker wirkt es sich aus, wenn Verzerrungen, und seien sie noch so klein, "system"atisch auftreten. Solche systematischen Gefährdungen bzw. - positiv gewendet - Bedingungen von objektiver Information sind primär Gegenstand einer sozialethisch ansetzenden Beschäftigung mit diesem Thema. Objektivität muß also auf den publizistischen Gesamtprozeß bezogen werden, und es ist zu fragen, wie sie strukturell "garantiert" bzw. wo sie systematisch gefährdet ist.

Primär ist bei diesen strukturellen Faktoren an die gesellschaftliche Ordnung des Mediensystems zu denken. Diese Ordnungsmodelle werden im folgenden Kapitel auf die ihnen immanenten Probleme und Stärken hin untersucht, mit der Fragestellung, welches die notwendigen Leistungen - darunter auch Objektivität - am besten gewährleisten kann.

II. Teil

Analyse und Bewertung der Ordnungsmodelle

5. PRIVATWIRTSCHAFTLICHE MEDIENSTRUKTUR

In diesem und im folgenden Kapitel geht es um die Frage, ob und in welchem Maße unterschiedliche Medienstrukturen die in den vorangegangenen Kapiteln dargelegten Anforderungen erfüllen. Dabei wird von vornherein auf die Darstellung eines staatlich kontrollierten Mediensystems verzichtet, da unstrittig ist, daß es wesentlichen Bedingungen nicht gerecht wird, was bereits oben deutlich geworden ist.¹ Die Auseinandersetzung beschränkt sich also auf das privatwirtschaftliche und das öffentlich-rechtliche Modell.

An sich besteht kein zwingender Zusammenhang zwischen einem Medium und seiner wirtschaftlichen und rechtlichen Organisationsform; er besteht aber (noch) mehr oder weniger in unserer Gesellschaft. Die Presse ist privatwirtschaftlich, der Rundfunk überwiegend öffentlich-rechtlich strukturiert. Prinzipiell ist jedoch auch ein in privater Verantwortung kommerziell betriebenes Rundfunksystem oder eine öffentlich-rechtlich organisierte Presse denkbar und diskussionswürdig.

Wegen der faktischen Verbindung ist in diesem Kapitel, das sich mit der privatwirtschaftlichen Organisationsform beschäftigt, von der Presse zu sprechen.²

Einige knappe Begriffserläuterungen aus dem Sachbereich "Presse" sollen diesem Kapitel vorangestellt sein.

Mit dem Begriff "Presse werden periodisch erscheinende Druckschriften bezeichnet. Diese lassen sich weiter in Zeitschriften und Zeitungen untergliedern: Zeitungen sind gekennzeichnet durch die Merkmale Periodizität, Publizität, Aktualität und Universalität, während den Zeitschrif-

ten die beiden letzten Merkmale fehlen können. "Periodizität" meint ein regelmäßiges, einigermaßen häufiges Erscheinen, "Publizität" hebt auf die öffentliche Zugänglichkeit eines Druckwerks ab, "Aktualität" auf die kurzfristige Berichterstattung über aktuelles Geschehen (vgl. Periodizität) und schließlich drückt "Universalität" aus, daß Informationen über verschiedene Lebens- und Gesellschaftsbereiche geliefert werden und keine Beschränkung auf Spezialgebiete stattfindet.³

Bei den Zeitungen lassen sich nach der Erscheinungsweise Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen unterscheiden, wobei eine Zeitung üblicherweise als Tageszeitung gilt, wenn sie mindestens zweimal wöchentlich erscheint.⁴ Ferner ist es sinnvoll zwischen Abonnement- und Kaufzeitung, d.h. solchen, die "den überwiegenden Teil ihrer Auflage täglich neu an die Leser verkaufen müssen"⁵ zu differenzieren. Schließlich lassen sich noch regionale bzw. lokale und überregionale Zeitungen feststellen. Überregionale Zeitungen verkaufen die Mehrheit ihrer Auflagen in Gebieten, für die sie keine lokale Berichterstattung pflegen.⁶

Im folgenden werden Tageszeitungen im Vordergrund stehen, wobei der Schwerpunkt noch einmal auf den regionalen Abonnementzeitungen liegt, die den "harten Kern" der Presseversorgung darstellen.⁷

5.1 Grundprinzip eines privatwirtschaftlichen Mediensystems

Das privatwirtschaftliche Wettbewerbsmodell ist eine aus langem Kampf gegen das Modell staatlicher Kontrolle entstandene Form der Medienorganisation, die beansprucht, die Freiheit der Gesellschaft zur Kommunikation zu sichern. Sie beruht auf einer liberalen Grundkonzeption und dementsprechend auf einem individualistischen Verständnis

von Presse- bzw. Medienfreiheit. Diese wird verstanden als ein Abwehrrecht gegenüber staatlichen Eingriffen. "Der kommunikative Wettbewerb, der 'Markt der Meinungen', sollte durch wirtschaftlichen Wettbewerb erreicht werden. Die wichtigsten Instrumente dieses Modells sind zum einen die 'Pressefreiheit' als Freiheit des 'Jedermann', sich der Druckerpresse und anderer (gramm.korr.; B.L.) Vervielfältigungsmöglichkeiten zu bedienen, um sich öffentlich zu Wort zu melden und zum anderen die Rückkopplungsmechanismen des Marktes, die den Verleger (und damit auch die Redaktion) an die Kommunikationsbedürfnisse ihrer Leser rückverbinden. Ähnlich wie die Wahl als ein Instrument der Repräsentationsdemokratie die Bindung der Abgeordneten an die Wähler herstellen soll, steckt darin der Gedanke an Repräsentation durch Kommerzialisierung, die quasi ein ständiges Plebiszit der Leser ist. Das Modell wirtschaftlicher Wettbewerb will also den chancengleichen Zugang zur Kommunikation, d.h. die Möglichkeit im Prinzip jedes einzelnen, öffentlich zu Wort zu kommen, doppelt sichern: durch die Möglichkeit, sich irgendwelcher Vervielfältigungstechniken zu bedienen und durch die Repräsentation seiner Kommunikationsbedürfnisse in den (Massen-) Medien."⁸

Nun ist allerdings die Freiheit des "Jedermann", sich der Massenmedien als Verleger zu bedienen, eine sehr "theoretische", die angesichts der Marktstrukturen und des enormen Kapitalbedarfs für die Gründung eines Verlags kaum mehr besteht.¹⁰ Die Freiheit ist also - so muß man realistischlicherweise sehen - nur noch einfach über den Rückkopplungsmechanismus des Marktes gesichert. Die spezielle Ware "Publizistik" wird von darauf spezialisierten Unternehmen produziert. "Beim wirtschaftlichen Konkurrenzmodell bieten private Unternehmer Informationen, Meinungen, Unterhaltung zum Kauf an. Der Käufer entscheidet mit seiner Kaufentscheidung über den wirtschaftlichen Erfolg

des Unternehmens und regelt so über die Nachfrage das Angebot. Das Angebot kann andererseits, weil es sich an der Nachfrage orientieren muß, als Spiegel der Interessen, Meinungen und Einstellungen in der Bevölkerung betrachtet werden."¹¹

Gerade aber die ausschließliche Nutzung ökonomischer Impulse - der "Profitinteressen" der beteiligten Unternehmen - für die Steuerung eines solchen Mediensystems ist auch ein Hauptansatzpunkt der Kritik. Insbesondere neo-marxistische Autoren sehen hier "das grundsätzliche Problem der Massenmedien angesprochen: das Dilemma nämlich, öffentliche Institutionen mit einem verfassungsrechtlich legitimierten Auftrag sein zu wollen und hart konkurrierende, gewinn- und anzeigenorientierte, auf größtmöglichen Absatz angewiesene Wirtschaftsunternehmen sein zu müssen."¹²

Aber auch der marxistischer Anwendungen unverdächtige F.Ronneberger nimmt einen "Widerspruch zwischen publizistischem Ethos (Öffentliche Aufgabe) und Marktverhalten"¹³ an.

Als erste Aufgabe dieses Kapitels ergibt sich daraus: Es muß analysiert werden, inwieweit die das Marktverhalten steuernden ökonomischen Impulse zu einer chancengleichen Berücksichtigung der Kommunikationsbedürfnisse führen und das Angebot tatsächlich als Spiegel aller Interessen und Meinungen in der Gesellschaft verstanden werden kann.¹⁴

Weiter ist zu bedenken, daß die ökonomischen Gesetzmäßigkeiten zu Konzentrationsprozessen führten und führen, so daß in wichtigen Bereichen von einem funktionierenden Markt nicht mehr gesprochen werden kann und damit auch die zweite wesentliche Voraussetzung des privatwirtschaftlichen Konzepts nicht mehr erfüllt ist.¹⁵

Schließlich muß im Rahmen des Modells noch der Umstand diskutiert werden, daß letzte Steuerungsinstanz zwar die Rezipienten sein sollen, die direkte Verfügungsgewalt aber in der Hand weniger Verleger liegt und großer Einfluß auch von den Anzeigenkunden ausgeht. Dies gibt Anlaß zur Frage, ob die Massenmedien nicht für spezielle Interessen dieser Gruppen eingesetzt werden können, um die politische Kommunikation in ihrem Sinn zu steuern.¹⁶

5.2 Ökonomische Gesetzmäßigkeiten unter Wettbewerbsbedingungen und ihre publizistischen Folgen

Massenmedien haben einen "Januskopf" (K.Bücher); sie sind nicht nur "Kulturmacht" (O.Groth), sondern auch in wirtschaftliche Zusammenhänge eingebunden. Die Publizistikwissenschaft hat sich allerdings mit dieser wirtschaftlichen Seite lange nicht so beschäftigt wie mit den ideellen Ansprüchen und Erwartungen in Bezug auf die Massenmedien.¹⁷

Die Frage nach den Interdependenzen von wirtschaftlichen und publizistischen Strukturen und Leistungen darf jedoch nicht übergangen werden. Dabei hängt weder der Frage nach den Abhängigkeiten noch der Feststellung, daß solche bestehen, etwas Ehrenrühriges an. Dependenz ergibt sich aus der Notwendigkeit zu wirtschaftlichem Verhalten, der auch die Publizistik unterliegt. Weder einem privatwirtschaftlichen Verlag noch einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt noch einem publizistischen Staatsbetrieb stehen unbegrenzte Ressourcen zur Verfügung. "Geld fungiert also auch bei journalistischen Leistungen als Tauschmittel und Wertmesser."¹⁸

Gerade aber wenn grundsätzlich feststeht, daß zwischen wirtschaftlichen und publizistischen Strukturen ein Zusammenhang besteht, ist es sinnvoll zu untersuchen, wie sich bestimmte, auch die wirtschaftliche Seite betreffende

Medienstrukturen auf die publizistischen Leistungen auswirken.

5.2.1 Wettbewerb auf zwei verbundenen Märkten

Betrachtet man nur den Lesermarkt, so scheint es, als müßten die Zeitungen um jeden Käufer froh sein, den sie nicht haben, denn nicht selten liegt ihr Verkaufspreis unterhalb der auflagenvariablen Kosten.¹⁹ Unter diesen Bedingungen bringt eine Auflagenerhöhung mehr Kosten als Erlöse, da jeder neue Leser durch den Preis, den er bezahlt, nicht einmal die durch ihn zusätzlich entstehenden Kosten - Papier, (Fort)Druck, Vertrieb - deckt.

Die Rezipientenmärkte an sich sind wirtschaftlich uninteressant.

Trotzdem herrscht ein starker Wettbewerb um Leser, der prinzipiell sowohl über die inhaltliche Gestaltung als auch über den Preis ausgefochten werden kann. Dieser Wettbewerb mit seinen Gesetzen kann nur durch den Anzeigenmarkt erklärt werden.

Zeitungen und Zeitschriften - aber auch der Rundfunk - treten nicht nur als Produzenten von Informationen auf, indem sie sie sammeln, auswerten und verbreiten, sondern stellen auch Raum zur Verfügung, wo sie Informationen anderer gegen Entgelt in Form von Anzeigen vermitteln. Das ist der eigentlich lukrative Teil ihres Gewerbes, dem der überwiegende Teil der Erlöse der Zeitungen²⁰ und fast aller Zeitschriften²¹ entstammt.

Bei den Anzeigen lassen sich sinnvoll zwei Arten unterscheiden:

"Informationen in der Form von Anzeigen sollen entweder bei einer Vielzahl von Menschen ein bestimmtes Verhalten auslösen oder mögliche Vertragspartner finden helfen. Anzeigen, die eine möglichst große Zahl von Menschen in-

formieren oder zu bestimmten Handlungen veranlassen sollen, werden hier 'Anzeigen mit Massenwirkung' genannt. Anzeigen, die einen oder mehrere Vertragspartner aus der Masse der Leser herausuchen sollen, werden hier 'Anzeigen mit Selektionswirkung' genannt."²²

Anzeigen mit Selektionswirkung konzentrieren sich auf die führende Zeitung in einem Markt. Ein Inserent, der ein Auto verkaufen oder eine Stelle anbieten will, hat sein Ziel erreicht, wenn er einen oder einige Vertragsinteressenten gefunden hat. Dazu ist es zwar durchaus sinnvoll, möglichst viele Personen anzusprechen, wichtig ist jedoch vor allem, die Interessierten zu erreichen, die also ein Auto kaufen wollen oder eine Stelle suchen. Von ihnen kann aktives Interesse erwartet werden. Der Inserent wird also möglicherweise in allen Zeitungen eines Marktes eine Anzeige aufgeben, fast sicher aber in der führenden. Der Interessent wird ebenfalls möglicherweise alle Zeitungen eines Marktes kaufen, fast sicher aber die führende, falls er sie nicht schon abonniert hat. So wird man mit einer Anzeige in ihr fast alle Interessierten erreichen, wie auch mit ihrem Kauf fast alle relevanten Inserate. Der zusätzliche Nutzen einer Anzeige in der zweiten oder dritten Zeitung am Markt bzw. ihres Kaufs ist relativ gering.

Hat sich eine solche Verhaltensweise erst einmal einge spielt, dann nützt der zweiten Zeitung auch eine starke Auflagensteigerung nichts; sie erreicht selbst mit einer deutlich höheren Auflage als die "erste" Zeitung immer noch nicht annähernd alle Interessenten. "Aus diesem Effekt heraus erklärt sich die Aussichtslosigkeit aller Bemühungen eine bei den Anzeigen mit Selektionswirkung führende Zeitung anzugreifen."²³ Wer die meisten Anzeigen mit Selektionswirkung, wer also die Exklusivanzeigen hat, der bekommt die meisten Anzeigen mit Selektionswirkung, auch wenn sich die Auflagenverhältnisse in der Zwischenzeit geändert haben sollten (was unwahrscheinlich ist).

Anders sieht die Situation bei Anzeigen mit Massenwirkung aus. Da nur wenige Bürger zwei regionale Abonnementzeitungen lesen, jede Zeitung also ein Monopol für die Belieferung ihrer Leser mit massenwirksamen Anzeigen hat, gibt es keinen Wettbewerb zwischen den Zeitungen darum, wer die Leser mit einer Anzeige beliefern soll. Jede Zeitung beliefert ihre Leser.

Da es für einen Geschäftsmann wichtig ist, alle potentiellen Kunden anzusprechen, erscheinen die meisten regionalen Geschäftsanzeigen in allen konkurrierenden Zeitungen mit einem relevanten Auflagenteil (etwa 20-30 Prozent). Die wenigen Exklusivanzeigen erscheinen in der Regel in der auflagenstärksten Zeitung, weil hier wenigstens ein möglichst großer Teil der potentiellen Kunden angesprochen werden kann und der Preis pro angesprochenem Bürger in der Regel am geringsten ist. Ein Preiskampf um die Exklusivanzeigen ist in der Regel für die auflagenschwächere Zeitung nicht lohnend, da sie damit zwar Anzeigen gewinnen könnte, gleichzeitig aber die Erlöse bei den Anzeigen, die sie sowieso erhalten würde, senkt. "Von Wettbewerb zwischen den Zeitungen auf den Märkten für Anzeigen mit Massenwirkung kann man nicht sprechen."²⁴ Diese Anzeigen machen etwa zwei Drittel des Anzeigenumsatzes aus.

Die Anzeigenpreise sind als Folge der geringen Konkurrenz auf dem Anzeigenmarkt mit Massenwirkung hoch.²⁵ Nach oben werden sie allerdings durch die Konkurrenz anderer Werbeträger begrenzt, wobei insbesondere existierende oder potentielle Anzeigenblätter zu nennen sind.

Der Anzeigenpreis hängt von der Auflage ab. Je höher die Auflage desto höher der absolute Preis, der allerdings nicht direkt proportional steigt. Der "Pro-Kopf-Preis" - die gebräuchlichste Maßeinheit ist der Tausenderpreis - sinkt.

Wichtig für den Werbungstreibenden ist es insbesondere

die Kosten pro angesprochene "Zielperson" zu minimieren. Eine Werbekampagne mit günstigen Tausenderpreisen kann letztlich unrentabler sein als eine mit etwas höheren Preisen, wenn letztere die Zielgruppe präziser erreicht, d.h. die Streuverluste verringert. Die Verfeinerung und enorme Ausweitung der Leserschaftsanalysen gibt der werbungstreibenden Wirtschaft für eine entsprechende Planung von Werbekampagnen das Instrumentarium in die Hand, das insbesondere für die überregionale Werbung - speziell in Zeitschriften - eine erhebliche Rolle spielt. So läßt sich die Werbung auf die nach Kaufkraft, Interessen und gesellschaftlicher Position "richtigen" Rezipienten konzentrieren.

Da mit zunehmender Auflage der absolute Anzeigenpreis und die Anzeigengewinne steigen und man weiterhin davon ausgehen kann, daß mit zunehmendem Auflagenanteil innerhalb eines Marktes auch der Anzeigenanteil steigt, kommt es für Zeitungen entscheidend darauf an, eine hohe Auflage - absolut und relativ - zu erreichen. Eine große Leserschaft verspricht also Erfolg auf dem Anzeigenmarkt. Umgekehrt ist ein umfangreicher Anzeigenteil direkt ein auflagenförderndes Argument, indirekt ermöglichen die höheren Erträge Aktivitäten wie Werbung, Verbesserung des Vertriebs, Senkung des Verkaufspreises oder Erhöhung der redaktionellen Leistungsfähigkeit, die der Gewinnung weiterer Leser dienlich sind. Auflage und Zahl der Anzeigen "schaukeln einander ständig auf"²⁶, so daß man vor einer "Anzeigen-Auflagen-Spirale" sprechen kann. Das Marktziel von Zeitungen ist es dabei, die führende Position einzunehmen, "weil die Erstzeitung sowohl auf dem Lesermarkt als auch auf dem Anzeigenmarkt einen beträchtlichen Bonus besitzt"²⁷ und faktisch unangreifbar ist. Aus diesen Gesetzmäßigkeiten erklären sich auch die Konzentrationsprozesse und die Aussichtslosigkeit von Neugründungen auf dem regionalen Abonnementzeitungsmarkt.

Die Folgen dieser ökonomischen Zusammenhänge für die öffentliche Kommunikation gilt es zu bedenken, wobei die Konzentrationsprozesse und ihre Problematik unten in einem eigenen Abschnitt behandelt werden.

5.2.2 Folgen für die Öffentliche Kommunikation

Wenn man bedenkt, daß nach dem Grundgedanken des privatwirtschaftlichen Modells Zeitungen eine politische Richtung vertreten oder zumindest vertreten können - abgesichert beispielsweise durch "Tendenzschutz" -, so haben im Prinzip alle politischen Richtungen und Gruppierungen durch den Kauf "ihrer" Zeitung die Möglichkeit, ihre politische Meinung auf dem Medienmarkt präsent zu machen und zu halten.

Der Zwang zu hohen Auflagen und Marktanteilen zwingt jedoch zu einer Konzentration auf die breite Masse. Erst bei einer Vielzahl konkurrierender Medien, die zumindest auf dem regionalen Tageszeitungsmarkt nicht gegeben ist, lohnt sich ein Eingehen auf spezielle Zielgruppen. Dies bedeutet aber, daß Informationsbedürfnisse der breiten Mehrheit, der "politischen Mitte" überrepräsentiert und Randmeinungen unterrepräsentiert werden. Die Konzentration auf einen breiten, das bürgerliche wie sozialdemokratische "Lager" umfassende Grundkonsens dürfte eine auflagenmaximierende Strategie sein. Kann man eine solche Konzentration auf die Mitte gerade noch akzeptieren - unter dem Gesichtspunkt des Systemerhalts ist sie sicherlich positiv zu sehen, unter dem der gesellschaftlichen Innovation dürfte sie kreativitätshemmend sein - so ist der folgende Sachverhalt eindeutig bedenklich und als eine Verletzung der "Kommunikationsgerechtigkeit" zu werten.

Seit der intensiven Nutzung der Leserschaftsanalyse weisen die Kräfte aus den Anzeigen- und Lesermärkten nicht mehr unbedingt in die gleiche Richtung. Dabei gilt: "Das

Verhältnis der Werbe- zu den Verkaufseinnahmen sowie das im Vergleich zum Rezipienten ungleich flexiblere Entscheidungsverhalten des Werbungstreibenden sprechen für eine Dominanz des Subsystems Werbung."²⁸ Wenn es nämlich für die Gewinnung von Anzeigen nicht mehr nur auf die Zahl der Leser ankommt, die ein Printmedium dem Werbetreibenden "anbieten" kann, sondern ihre Zusammensetzung, insbesondere ihre Verfügung über Kaufkraft, wichtig ist, ist es durchaus möglich, daß auf Nachfrage vom Lesermarkt nicht eingegangen wird, weil sie für den Anzeigenmarkt nicht interessant ist. Eine Zeitung oder Zeitschrift kann also trotz "an sich" ausreichender Auflage unrentabel sein, wenn die Leser für die Anzeigenkunden keine lohnende Zielgruppe darstellen. Dies führt dazu, daß den Informationsbedürfnissen und politischen Interessen und Meinungen von wirtschaftlichen schwachen Gruppen - Kindern, alten Menschen, Sozialhilfeempfängern, Arbeitslosen, Studenten etc.-, selbst wenn sie sich als Nachfrageimpulse auf dem Lesermarkt äußern, schlechter Rechnung getragen wird als denen wirtschaftlich potenter Gruppen.

Von gleichen Chancen für alle Meinungen kann also nicht gesprochen werden. Es findet eine Verzerrung zum Nachteil von Minderheitsmeinungen und von wirtschaftlich schwachen Gruppen statt, wobei sich diese beiden Effekte teilweise verstärken, teilweise aber auch aufheben. Eine wirtschaftlich potente Minderheit wird mit ihren politischen Auffassungen eher Zugang zum Meinungsmarkt finden - die Kaufkraft gleicht die geringe Zahl aus - als wirtschaftlich schwache Randgruppen, bei denen sich beide Faktoren verstärken.

5.2.3 "Anpassungsjournalismus" - ein Vorwurf?

Während im vorangegangenen Abschnitt die Verzerrung des gesellschaftlichen Meinungsbildes durch Massenkommunika-

tion beklagt wurde, wird in anderen Analysen häufig gerade die Anpassung der Massenmedien an die gesellschaftlichen Überzeugungen negativ vermerkt. Insbesondere in der (neo-)marxistischen Literatur wird häufig von "Anpassungsjournalismus" gesprochen.²⁹ In klassischer Formulierung findet sich dieser Vorwurf schon bei F.Lassalle, der mit der Aufnahme von Anzeigen und Werbung folgende Entwicklung der Presse feststellt:

"Von Stund' an wurde eine Zeitung eine äußerst lucrative Speculation für einen Kapitalbegabten oder auch für einen kapital-hungrigen Verleger. Aber um viele Anzeigen zu erhalten, handelt es sich zuvörderst darum, möglichst viele Abonnenten zu bekommen, denn die Anzeigen strömen natürlich in Fülle nur solchen Blättern zu, die sich eines großen Abonnentenkreises erfreuen. Von Stund' an handelte es sich also nicht mehr darum, für eine große Idee zu streiten, und zu Ihr langsam und allmählich das große Publikum hinaufzuheben, sondern umgekehrt, solchen Meinungen zu huldigen, welche, wie sie auch immer beschaffen sein mochten, der größten Anzahl von Zeitungs-käufern (Abonnenten) genehm sind."³⁰

Dieser Aussage wie ähnlichen, die einen "Anpassungsjournalismus" beklagen, liegt eine "'Unmündigkeitstheorie' des Medienpublikums"³¹, eine Unterscheidung von wahren und falschen Bedürfnissen und von wahren und falschem Bewußtsein zugrunde. Gleichzeitig behauptet der, der diese Unterscheidung trifft, seine eigene Mündigkeit, seine Kenntnis der wahren Bedürfnisse und des wahren Bewußtseins. Er ist im Besitz einer Wahrheit, die sich nicht mehr in der Kommunikation bewähren muß, sondern an der sich Kommunikation zu orientieren hat und an der sie gemessen wird. In der Beurteilung der Kommunikation nach vorgegebenen inhaltlichen Wahrheiten statt nach formalen kommunikationsimmanenten Kriterien, wie Offenheit des Zugangs für alle Gruppen, stimmt diese Position in ihrer

dogmatischen Struktur mit der "Position I: Die Massenkommunikationsmittel im Dienste von 'Wahrheit' und 'Herrschaft'" überein,³² auch wenn sich die jeweiligen "Wahrheiten" unterscheiden. Konsequenterweise wird dann den Massenmedien eine Erziehungsfunktion im Sinne der jeweiligen Wertvorstellungen partikularer Gruppen zugewiesen.

Es soll an dieser Stelle nicht bestritten werden, daß Menschen trotz ihrer prinzipiellen Befähigung zur Mündigkeit immer auch unmündig sind.³³ Jedoch kommt auch dem Kommunikatoren Mündigkeit nicht in exklusiver Weise zu. Dementsprechend können und sollen sie nicht Erzieher des Publikums sein. Sie sollen Meinungen und Wertungen nicht nach "richtig" und "falsch" zensieren, sondern ehrlich übermitteln. Sie sollen den Kommunikationsprozeß in Gang halten, aus dem allein die Feststellung des Richtigen oder Falschen sich ergeben kann. "Oft sind es gerade die engagiertesten Demokraten, die dies nicht einsehen wollen. Sie sehen sich vor allem als 'Kontrolleure' eines übermächtigen Staates, als 'Erzieher' zu Demokratie, zur wahren Kunst oder zu christlichem Handeln und verfallen dem Irrtum, daß diese gutgemeinte Erziehung durch propagandistische Publizistik zu bewerkstelligen sei. Sie weigern sich, als Gesprächsanwälte einer Gesellschaft zu fungieren, die ihnen - oft mit vollem Recht - als weitgehend undemokratisch, niveaulos und gefährlich erscheint."³⁴

Die Anpassung der Zeitung an die politischen Positionen des Publikums kann unter diesem Gesichtspunkt nicht beklagt werden. Sie führt, wenn sie stattfindet - daß dies nicht immer der Fall ist, wurde oben schon gezeigt und ist weiterhin Thema - dazu, daß alle Gruppen ihre politische Meinung artikulieren können. Problematisch ist die umgekehrte Situation, wenn Zeitungen sich nicht "anpassen", sondern das Publikum zu beeinflussen suchen; wenn nicht das Publikum die Zeitung, sondern die Zeitung das Publikum "anpaßt".

5.3 Pressekonzentration und lokale Monopole

Wohl das mestdiskutierte Problem im Kontext der privatwirtschaftlichen Pressestruktur ist das Konzentrationsphänomen. "Dahinter verbirgt sich die Beobachtung, daß in allen Ländern mit privatwirtschaftlich organisierten Medien die Zahl der Zeitungstitel und der sie kontrollierenden Verlage gesunken ist."³⁵ Diesem Konzentrationsprozeß wird deshalb so viel Aufmerksamkeit gewidmet, weil er von "innen" her das liberalistische Mediensystem in Widerspruch zu seinen eigenen Voraussetzungen bringt.

5.3.1 Die Situation und ihre Ursachen

Es lassen sich verschiedene Formen der Pressekonzentration unterscheiden.

"Der Begriff Verlagskonzentration bezeichnet die Verringerung der Zahl der Verlage, die Zeitungen oder Zeitschriften herausgeben. ...

Der Begriff Auflagenkonzentration bezeichnet die zunehmende Vereinigung der Auflagenanteile eines Zeitungs- oder Zeitschriftentyps bei einem oder wenigen Verlagen. ...

Der Begriff Publizistische Konzentration bezeichnet die Verringerung der Zahl der Publizistischen Einheiten."³⁶

Andernorts wird zwischen der horizontalen Konzentration, die den Zusammenschluß von Unternehmen der gleichen Produktionsstufe bezeichnet, der vertikalen, bei der Unternehmen hintereinander liegender Produktionsstufen fusionieren (Verlag, Druckerei, Vertriebsunternehmen) und der diagonalen, die aus der Verbindung von vertikaler und horizontaler Konzentration entsteht, unterschieden.³⁷

Obwohl das Interesse meistens der horizontalen Konzentration zugewandt ist, so soll doch wenigstens darauf hingewiesen werden, daß auch die vertikale Probleme aufwirft.

Eine starke Stellung eines Verlages, z.B. im Vertrieb, kann die Machtposition gewaltig erhöhen und die Konkurrenz in Schwierigkeiten und Abhängigkeiten bringen.³⁸

Pressekonzentration zeigt sich jedenfalls nicht nur in der Reduktion von publizistischen Einheiten oder Verlagen. Oligopole oder Monopole zeigen sich auch im Bereich der Nachrichtenagenturen, des Drucks und des Vertriebs.

Von einem fehlenden Wettbewerb beim Tageszeitungsmarkt zu sprechen scheint nicht berechtigt, wenn man feststellt, daß es in der Bundesrepublik Deutschland 1.273 unterschiedliche Ausgaben von Tageszeitungen gibt. Auch der Rückgang seit 1954 um 15 Prozent scheint nicht alarmierend. Aber die Zahl der selbständigen Verlagsbetriebe als Herausgeber von Tageszeitungen hat sich seit 1954 von 624 auf 382 im Jahre 1985 verringert, die Zahl der publizistischen Einheiten³⁹ prozentual noch stärker von 225 auf 126.⁴⁰ Diese Entwicklung hat zur Folge, daß in 48 Prozent der Kreise und kreisfreien Städte nicht mehr zwischen mehreren Zeitungen gewählt werden kann.⁴¹ Sie sind "Ein-Zeitungs-Kreise"⁴². In ihnen leben 36 Prozent der Bevölkerung. Trotz eines leichten Anstiegs der Zahl der redaktionellen Ausgaben und der publizistischen Einheiten seit dem Tiefpunkt 1976 sind in diesem Zeitraum weitere Monopolgebiete entstanden.⁴³ Diese lokalen und regionalen Alleinstellungen sind das eigentliche Problem.

Auch die praktische Unmöglichkeit eines Marktzutritts im Bereich der lokalen und regionalen Tageszeitungen ist Ausdruck eines konzentrierten abgesicherten Marktes.⁴⁴

Insgesamt kann man feststellen: "Der Tagespressemarkt

heute ist ein stabil konzentrierter, aufgeteilter und vermachteter Markt."⁴⁵

Auf die Ursachen der Pressekonzentration braucht an dieser Stelle nicht mehr ausführlich eingegangen zu werden, sie sollen hier nur stichpunktartig aufgewählt werden:

1. Presseerzeugnisse haben einen hohen Fixkostenanteil durch auflagenunabhängige Redaktions-⁴⁶ und Satzkosten und in begrenztem Maße auch durch die Bereitstellungs-kosten der Rotationsdruckmaschinen.
2. Auch bei auflagenabhängigen Kosten ergibt sich durch "Großserie" eine günstigere Kostenstruktur.
3. Hieraus ergeben sich günstigere Tausenderpreise für Anzeigenkunden und eventuell auch günstigere Vertriebspreise.
4. Zeitungen in nachrangiger Marktposition müssen erhebliche Wettbewerbsnachteile in Kauf nehmen.
5. Verlage mit mehreren Publikationen können ihre technischen Anlagen und ihre redaktionellen Leistungen möglicherweise mehrfach nutzen.
6. Moderne konkurrenzfähige Druck- und Satzanlagen erfordern enorme Investitionen.

5.3.2 Folgen mangelnden Wettbewerbs

Wie bereits deutlich wurde, führt die Pressekonzentration für weite Teile der Bundesrepublik zu lokalen Pressemonopolen und damit zu einem Monopol der Lokalberichterstattung. Für die überregionalen Themen bestehen in gewissem Maße alternative Informationsquellen durch überregionale Zeitungen und Funk-Medien. Aus diesem Grund ist die Lokalberichterstattung Hauptgegenstand der Untersuchung der Folgen der Pressekonzentration.

5.3.2.1 Positive Aspekte

Auch wenn mit dem Stichwort "Pressekonzentration" überwiegend negative Assoziationen verknüpft sind, so muß doch auf positive Aspekte hingewiesen werden.

Die Konzentrationsprozesse führen zu einer größeren Leistungsfähigkeit der verbleibenden Presseunternehmen.

Dazu gehört eine Redaktion, die groß genug ist, um eine Spezialisierung auf einzelne Teilbereiche zuzulassen. Nur so ist eine kritische Sichtung der eingehenden Information, eine eventuell notwendige Erläuterung für den Leser und gegebenenfalls eigene Informationsbeschaffung möglich. Wichtig ist auch der Bezug verschiedener Nachrichtendienste. Dann können die Meldungen der verschiedenen Agenturen miteinander verglichen und Abweichungen festgestellt werden, die zu Überprüfungen Anlaß geben. Schließlich ergänzen sich die verschiedenen Nachrichtenagenturen, da sie unterschiedliche thematische und geographische Schwerpunkte haben.

Weiterhin braucht eine leistungsfähige Redaktion, will sie nicht völlig von der genormten Ware der Nachrichtendienste abhängig sein, eigene Korrespondenten an den für sie wichtigsten Plätzen des politischen Geschehens. Nur so ist eine Redaktion in der Lage, Sachverhalte selbständig aufzuklären oder Themen anzugehen, die vielleicht gerade nicht aktuell sind.

Insgesamt kann man die Leistungsfähigkeit einer Redaktion als ihre publizistische Eigenständigkeit verstehen. Es kommt darauf an, daß sie in der Lage ist, verschiedene Informationsquellen zu erschließen, kritisch zu sichten und zu vergleichen. Den Gegensatz dazu stellt eine Zeitung dar, die in ihrer Berichterstattung auf eine einzige Nachrichtenagentur angewiesen ist. Selbst eine große Zahl solcher Zeitungen leistet nur einen geringen Beitrag zur Vielfalt der Presse.⁴⁷

Unter dem Gesichtspunkt der redaktionellen Leistungsfähigkeit ist also ein Konzentrationsprozeß der Presse nicht zu bedauern, wenn man davon ausgeht, daß überwiegend kleine, wenig leistungsfähige Redaktionen vom Zeitungssterben betroffen sind.

Ein anderer positiver Aspekt der Pressekonzentration kann in einer geringeren Anfälligkeit der verbleibenden Zeitungen für Pressionen gesehen werden. Eine stärkere wirtschaftliche Position und weniger bzw. fehlende Konkurrenz gibt einer Zeitung eine größere Widerstandsfähigkeit gegen Versuche der Einflußnahme auf den redaktionellen Teil von seiten der Anzeigenkunden und politischer Kräfte.⁴⁸

Ein weiterer möglicher Vorteil von Monopolen kann sein, daß der starke Zwang der Aktualität - ja nicht mit einem Bericht hinter der Konkurrenz hinterherhinken - reduziert ist, was anderen Qualitätsmerkmalen zugute kommen kann. Es bleibt mehr Zeit zum Recherchieren, Redigieren und Schreiben.

Eine Abmilderung des Zwangs zur Aktualität kann also durchaus sinnvoll sein. Man muß allerdings bedenken, daß Aktualität selbst auch ein Qualitätsmerkmal ist und die Gefahr besteht, daß Monopole zur Aktualitätsminderung - und damit zur Kostensenkung - führen, ohne dafür einen Ausgleich durch andere Qualitäten - mehr Solidität, sorgfältigere Recherchen, bessere Formulierung - zu bieten.

5.3.2.2 Negative Aspekte

Damit sind bereits mögliche negative Konsequenzen der Pressekonzentration angesprochen. Die mangelnde Konkurrenz kann durchaus zu einer Qualitätsminderung von Zeitungen führen. In Monopolsituationen besteht aus betriebswirtschaftlicher Sicht wenig Anreiz, kostenträchtige Anstrengungen zur Verbesserung der Qualität zu unternehmen. Die höheren Auflagen und die stärkere wirtschaftliche Ba-

sis, die sich durch die Pressekonzentration im Durchschnitt für die verbleibenden Verlage ergibt, führen möglicherweise doch nicht zur erwarteten Steigerung der publizistischen Leistungsfähigkeit, weil auf der anderen Seite der verringerte Wettbewerb, Tendenzen der Qualitätsminderung hervorbringt. Diese werden sicherlich in erster Linie durch Kostenbegrenzung (z.B. Verkleinerung bzw. Nichtaufstockung von Redaktionen und Korrespondentennetzen) von der Verlagsseite her ausgelöst, sind aber auch durch fehlenden Leistungsvergleich und seinen Einfluß auf die Motivation der Redakteure bedingt.

So kommen W.R.Langenbucher, O.B.Roegele und F.Schumacher, die sich mit den Auswirkungen der Pressekonzentration auf die Journalisten beschäftigen, zur Feststellung: "Das Wegfallen des Wettbewerbs wirkt sich direkt auf den einzelnen Journalisten, seine Leistungsmotivation, seine Bezugsgruppenorientierung usw. aus. Journalisten ohne Konkurrenz werden - nach eigenen Aussagen - leicht schlechte Journalisten."⁴⁹

Aber auch der geringere wirtschaftliche Einsatz von Zeitungen in Monopolgebieten läßt sich belegen. Beim Vergleich von Außenredaktionen in Monopol- und Wettbewerbssituationen erhielt B.Koller folgendes Ergebnis: "Bezogen auf die Seitenzahl des Lokalteils wird die These: Geringer Einsatz der Zentrale in Monopolsituation - größerer Einsatz bei Konkurrenz, voll bestätigt: Lokale Monopolzeitungen lagen mit etwa 3 'Lokalseiten' quantitativ weitaus niedriger als Konkurrenzzeitungen mit 6 bis 12 Seiten."⁵⁰

Allerdings gibt es auch Untersuchungen, die keine Qualitätsminderung von Monopolzeitungen feststellen können, so v.a. die Langzeitstudie von E.Noelle-Neumann: "Eine Verkürzung publizistischer Leistung nach Erringen des Lokalmonopols ließ sich in Bezug auf den Umfang des redaktionellen Teils, den Umfang des eigenbeschafften oder den

Umfang des im engeren Sinne politischen Materials nicht feststellen."⁵¹

Die Differenzen in den Untersuchungsergebnissen haben ihren Ursprung sicher u.a. in der Schwierigkeit publizistische Leistung zu definieren und zu messen; weiterhin hängt die Qualität von vielen Faktoren und nicht nur von der Wettbewerbssituation ab. Eine gewichtige Rolle spielt dabei auch die Einstellung des Verlegers im Schnittpunkt von publizistischem und wirtschaftlichem System, der in einer von Konkurrenz entlasteten Marktposition in gewissem Rahmen die Möglichkeit hat, zu wählen, welchen Systemgesetzen er folgen will: ob er journalistische Leistungsfähigkeit vor wirtschaftlichen Ertrag stellt. Ein Teil der publizistischen Leistung verschiedener Zeitungen ist sicher auf die wirtschaftliche "Unvernunft" bzw. den publizistischen Ehrgeiz (gelegentlich auch den politischen "Missionseifer") ihrer Verleger zurückzuführen.

Das schwerwiegendste und grundsätzliche Problem der Pressekonzentration mit ihrer Monopolbildung, das weit über die empirisch umstrittenen Qualitätsunterschiede hinausreicht, wurde aber noch nicht diskutiert.

Monopole in einem privatwirtschaftlich organisierten Mediensystem stellen einen Verstoß gegen die Grundprinzipien dieses Systems wie gegen die Grundnormen der Massenkommunikation dar. Sie bedrohen ernsthaft die Erfüllung der Aufgaben, die die Medien in einem demokratischen System wahrzunehmen haben.

Solange nämlich Pressefreiheit im liberalen Sinne verstanden wird, solange innerhalb der gesetzlichen Grenzen jeder drucken und verlegen kann, was er will, bzw. nicht drucken muß, was er nicht will, solange sich also im Prinzip jede Meinung ihr Organ schaffen muß, weil sie sonst keine Garantie und keinen Anspruch darauf hat, veröffentlicht zu werden, solange bedeutet ein Monopol die Mög-

lichkeit, daß im Extremfall nur eine Meinung veröffentlicht wird und nur eine Gruppe ihre Vorstellungen artikulieren kann und alle anderen Meinungen und Gruppen keinen Zugang zu den Massenmedien haben. In einer Ordnungsstruktur, die Objektivität in einem additiven Verfahren - außenplural - zu erreichen sucht, bedeutet der Verlust der äusseren Vielzahl notwendig die Bedrohung der inhaltlichen Vielfalt.

"Jeder Verleger hat, insbesondere in seiner meist gleichzeitigen Funktion als Herausgeber, die Möglichkeit, seiner Zeitung eine bestimmte geistige Richtung zu geben. Diese Richtungsbestimmung grenzt aber notwendigerweise den Informationsgehalt und Meinungsspielraum der Zeitung ab. Eine außerhalb des vom Verleger gesetzten Rahmen liegende Meinung oder Information wird die Zeitung i.d.R. entweder nicht oder nicht mit der gleichen Hervorhebung wie eine der Haltung der Zeitung konforme Information bringen, oder sie doch in einen anderen Bezugsrahmen stellen, der den Aussagegehalt der Information verfälschen kann. Man mag diese Art der Berichterstattung 'Manipulation' nennen; jedenfalls ist sie im Rahmen unseres Systems ein legitimes Recht des Verlegers und der Redaktion."⁵²

Privatwirtschaftliche Monopole bedeuten, daß eine Person bzw. eine Gruppe das - lokale - Mediensystem beherrschen und darüber entscheiden kann, was zur Veröffentlichung zugelassen wird und was nicht. Sofern eine Zeitung eine politische Linie implizit oder explizit vertritt, gibt sie das Meinungsspektrum nur in begrenztem Umfang wieder und schließt damit verschiedene Gruppen mit ihren Meinungen aus der öffentlichen Kommunikation aus.

Monopole setzen weiterhin die Steuerung des Marktes durch Nachfrage außer Kraft. Das privatwirtschaftliche Modell geht ja vom Gedanken des Marktes aus, so daß zwar vordergründig der Verleger bestimmt, welche Presseerzeugnisse

produziert und welche Informationen und Meinungen verbreitet werden, letztlich aber die Leser durch ihre Kaufentscheidung über den wirtschaftlichen Erfolg und damit über die Inhalte entscheiden. Der Grundidee nach wird der Medienmarkt also von den Bedürfnissen der Leser gesteuert. Unter Monopolbedingungen gilt dies nicht mehr. Es besteht keine Wahlmöglichkeit mehr, allenfalls die, ganz auf Information zu verzichten. Ein Monopol in einem privatwirtschaftlich konzipierten Mediensystem bedeutet also, daß der bzw. die Eigentümer dieser Zeitung innerhalb des Monopolgebietes entscheiden, welche Gruppen mit ihren Meinungen an der massenmedial vermittelten öffentlichen Kommunikation teilnehmen können und welche ausgeschlossen werden. Sie beherrschen dann die entscheidende Schlüsselstelle der öffentlichen Kommunikation und letztlich damit auch eine politische Machtstellung. Solche Macht muß nicht mißbraucht werden,⁵³ aber sie kann - und zwar legal. Um der Funktionsfähigkeit der Demokratie willen, die gefährdet ist, wenn die für die politische Meinungsbildung notwendigen Informationen von wenigen kontrolliert und damit politische Entscheidungen präjudiziert werden können, darf eine solche Machtstellung nicht zugelassen werden.

5.3.3 Mögliche Maßnahmen angesichts der Pressekonzentration

Es lassen sich im wesentlichen drei Kategorien von Lösungsansätzen unterscheiden:

1. Konzepte, die auf die Unterbindung des Konzentrationsprozesses zielen, um so das außenplurale privatwirtschaftliche Pressesystem zu erhalten;
2. Vorschläge, die trotz einer geringeren Zahl von Zeitungen mehr Wettbewerb und außenplurale Vielfalt realisieren sollen;
3. Ansätze, die angesichts des Konzentrationsprozesses und der vielen Monopolstellungen die Berücksichtigung

der gesellschaftlichen Meinungsvielfalt durch binnenplurale Lösungen sichern wollen.

5.3.3.1 Maßnahmen gegen den Konzentrationsprozeß

Wenn die für das liberale, privatwirtschaftlich strukturierte Mediensystem vorausgesetzte Vielfalt der Meinungsträger und ihr Wettbewerb durch Pressekonzentration gefährdet erscheint - und damit die Existenz des liberalen Mediensektors selbst -, dann ist es naheliegend, dort anzusetzen, wo man die Ursache lokalisiert hat: bei der Pressekonzentration. Der Staat soll durch geeignete Maßnahmen sicherstellen, daß ein staatsfreies und vielfältiges privatwirtschaftliches Pressesystem erhalten bleibt; das ist die in gewissem Sinn paradoxe Forderung, die dem Konzept der Antikonzentrationsmaßnahmen zugrunde liegt.

Der Katalog der Maßnahmen⁵⁴ beginnt bei verschärften Vorschriften zur Offenlegung von Besitz- und Beteiligungsverhältnissen und Entscheidungsfunktionen. Dadurch können selbstverständlich Konzentrationsprozesse nicht verhindert, aber immerhin durchschaubar gemacht werden. Er setzt sich fort in einer Reihe von direkten oder indirekten Subventionen und endet bei Fusionskontrollmaßnahmen und der Begrenzung von Auflagen oder Marktanteilen.

Auf diese Maßnahmen soll hier nicht einzeln ausführlich eingegangen werden. Nur soviel sei angemerkt:

Subventionen dürften kaum zu mehr Vielfalt führen, sie können allenfalls den Konzentrationsprozeß verlangsamen und tragen eventuell nur dazu bei, die Existenz leistungsunfähiger Unternehmen noch eine zeitlang zu ermöglichen. Es müßte außerdem mit der Notwendigkeit einer Dauersubventionierung von Zeitungen gerechnet werden.⁵⁵ Zudem ist bei einer Unterstützung mit öffentlichen Mitteln eine Gefährdung der Staatsunabhängigkeit nicht auszuschließen. Jedenfalls wären gegen staatlichen Einfluß Vorkehrungen zu treffen.⁵⁶

Fusionskontrollmaßnahmen können letztlich aus Strukturgesetzmäßigkeiten sich notwendig ergebende Konzentrationsprozesse nicht verhindern, es sei denn um den Preis, daß sie "mit der Pressekonzentration auch die Presse selbst gleich 'beseitigen'"⁵⁷. In eingeschränktem Maße gilt dies auch für die Auflagen- oder Marktanteilsbegrenzung, die aber darüber hinaus vor allem deswegen problematisch ist, weil sie die Steuerung des Mediensystems durch die Nachfrage der Leser einschränkt und erfolgreiche Zeitungen "bestraft".⁵⁸

Das Grundproblem all dieser Antikonzentrationsmaßnahmen liegt darin, daß sie rein ökonomisch ansetzen. Sie übertragen Konzepte aus anderen Bereichen der Wirtschaft auf den Pressesektor. Sein Problem ist aber nicht primär ökonomische, sondern publizistische Macht. Sie ist natürlich mit ökonomischer verknüpft, aber nicht in der Weise, daß publizistischen Anforderungen Genüge getan ist, wenn ökonomisch, gemessen an den Maßstäben anderer Wirtschaftssektoren, alles in Ordnung ist. Eine nach ökonomischen Kriterien unbedenkliche Marktstellung kann unter publizistischen Gesichtspunkten untragbar sein.⁵⁹ "Das heißt also: Ebensowenig, wie allein von wirtschaftlichen Eingriffen eine Sicherung der Meinungsfreiheit erwartet werden kann, kann die Wirtschaftlichkeit des Unternehmens allein als Kommunikationsregulativ in Frage kommen."⁶⁰

5.3.3.2 Vermehrung des Wettbewerbs unter den bestehenden Zeitungen

Dieses von J.Noll⁶¹ vertretene Konzept, das bei einer geringer gewordenen Zahl von Zeitungen trotzdem mehr Wettbewerb realisieren will, zielt primär auf die überregionale Berichterstattung.

Es erscheint recht unbefriedigend, daß trotz einer großen Zahl von Tageszeitungen nur jeweils einige wenige - wenn

überhaupt - miteinander konkurrieren. Die geringe Konkurrenz der örtlichen Tageszeitungen liegt in ihrer lokalen Berichterstattung, die sie nicht austauschbar macht, wiewohl sie in ihrer überregionalen Berichterstattung im Wettbewerb stehen könnten. Weil aber Lokalteil und überregionaler Teil unlösbar verknüpft sind - man kann zwar den überregionalen Teil einer Zeitung (Mantel) mit verschiedenen Lokalteilen kaufen, nicht aber umgekehrt einen Lokalteil mit verschiedenen überregionalen Zeitungen kombinieren - konkurrieren Zeitungen nur insoweit, wie ihre Lokalteile miteinander im Wettbewerb stehen. "Entscheidend für die geringen Möglichkeiten der ambitionierten Regionalzeitungen außerhalb ihres engeren Verbreitungsgebiets ist aber die Zusammenfassung von lokaler und überlokaler Berichterstattung in den örtlichen Tageszeitungen. Die Leser bekommen von ihrer örtlichen Zeitung bereits einen - wenn auch oft unzureichenden - überlokalen Teil mitgeliefert, so daß ihr Interesse, einen weiteren, besseren überlokalen Teil zu erwerben gering ist. Müßten sich die Bezieher getrennt entscheiden, welche lokal und welche überlokal berichtende Zeitung sie kaufen, so hätten die redaktionell ambitionierten Regionalzeitungen bessere Chancen, Abonnenten außerhalb ihres engeren Verbreitungsgebiets zu finden."⁶²

Die Entkoppelung von lokaler und überlokaler Berichterstattung würde auch bei einer geringeren Zahl von Zeitungen zu mehr Konkurrenz in der überlokalen Berichterstattung führen. Sie könnte auch der Lokalberichterstattung neue Wege und Möglichkeiten eröffnen (Verzicht auf eine tägliche Berichterstattung, Stadtteilzeitungen), so daß möglicherweise hier ebenfalls mehr Konkurrenz entstünde.

Auch wenn bei diesem Modell sicherlich noch viele Detailfragen geklärt werden müßten,⁶³ und obwohl eine Veränderung in diese Richtung nicht abzusehen ist, scheint es mir doch ein bedenkenswertes Modell zu sein, das einigen

Leserbedürfnissen entgegenkommen dürfte. Erste Anzeichen einer Entkoppelung von lokaler und überlokaler Berichterstattung zeigen sich in den - bislang vorwiegend "alternativen" - Stadt- und Stadtteilzeitungen, die eine aufs Lokale konzentrierte Berichterstattung betreiben.

5.3.3.3 Binnenplurale Sicherung der Meinungsvielfalt

Auf die Frage, wie trotz Pressekonzentration und Monopolstellungen ausreichende publizistische Vielfalt gesichert werden kann, wird hier die Antwort gegeben: Publizistische Vielfalt braucht nicht unbedingt Vielfalt der Zeitungen. Sie kann auch durch die Vielfalt in der Zeitung erreicht werden. Die publizistische Misere resultiert letztlich also nicht "aus der Konzentration, sondern aus einer liberalistischen Auffassung der Pressefreiheit. Sie wird allerdings in dieser Situation durch jede Konzentrationsbewegung verstärkt."⁶⁴

Aus diesem Grund werden seit längerem von verschiedenen Gruppen und Personen⁶⁵ Veränderungen am liberalistischen, privatwirtschaftlichen Pressemodell erwogen, die Elemente gesellschaftlicher Kontrolle, d.h. des öffentlich-rechtlichen Modells⁶⁶ einbezieht.⁶⁷

Am bekanntesten dürfte der bis zu einer Gesetzesformulierung ausgearbeitete Entwurf von P.Glotz und W.R. Langenbacher sein.⁶⁸ In ihm wird für marktbeherrschende Tageszeitungen - und nur für sie - die Pflicht verankert "über die Auffassungen der gesellschaftlich relevanten Kräfte ausgewogen zu informieren. Das Recht der Zeitung, in gezeichneten Kommentaren eine bestimmte politische oder weltanschauliche Linie zu vertreten, bleibt unberührt."⁶⁹ Die Einhaltung der ausgewogenen Berichterstattung sollen Landes-Presseausschüsse gewährleisten, deren Mitglieder die gesellschaftlich relevanten Kräfte repräsentieren. Als Sanktionsmöglichkeiten soll ihnen die Mißbilligung,

die von der betroffenen Zeitung abgedruckt werden muß, und der Entzug von eventuell gewährten Subventionen zur Verfügung stehen. B.-P.Lange spricht von "geradezu lächerlichen Sanktionen"⁷⁰.

Grundgedanke des Modells ist, unter grundsätzlicher Beibehaltung der privatwirtschaftlichen Struktur eine begrenzte gesellschaftliche Kontrolle von marktbeherrschenden Zeitungen zu erreichen. Das würde natürlich eine gewisse Einschränkung der Verfügungsgewalt der Verleger bedeuten. Die Vereinbarkeit mit den grundgesetzlichen Garantien der Pressefreiheit ist deshalb umstritten.⁷¹

Grundsätzlich ist meiner Meinung nach festzuhalten, daß vieles für die gesellschaftliche Kontrolle von Monopolmedien spricht - unter anderem auch die Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts im "Fernseh-Urteil" aus dem Jahre 1961.⁷² Unter der Annahme, daß Pressekonzentration unter ökonomischen Gesichtspunkten systemgemäß und unter dem Gesichtspunkt publizistischer Leistungsfähigkeit durchaus wünschenswert sein kann, und angesichts des Faktums, daß Monopolstellungen in großem Ausmaß gegeben sind, scheint die Übernahme von öffentlich-rechtlichen Elementen sinnvoll und notwendig für Medien, die nur ungenügendem Wettbewerb ausgesetzt sind. Die Frage ist, wie weit gesellschaftliche Kontrolle in die privatwirtschaftliche Struktur integriert werden kann, ohne einerseits unwirksam zu sein oder sie andererseits völlig zu überwuchern.⁷³

Als extreme Form wird schließlich auch ein völlig öffentlich-rechtlich strukturierter Pressesektor gefordert. Darauf soll an dieser Stelle nicht eingegangen werden. Das Öffentlich-rechtliche Modell ist Gegenstand des folgenden Kapitels.⁷⁴

Festgehalten werden muß jedenfalls, daß diese Vorschläge keine Realisierungschancen besitzen. Aufgrund der politischen Konstellationen ist keine Ausweitung gesellschaftlicher Kontrolle, sondern umgekehrt eine Ausdehnung des

privatwirtschaftlichen Bereichs zu erwarten, wobei besonders technische Veränderungen eine Rolle spielen.⁷⁵

5.4 Die Dominanz einer gesellschaftlichen Teilgruppe im privatwirtschaftlichen Mediensystem als Gefährdung der freien gesellschaftlichen Kommunikation

Bisher wurden in diesem Kapitel die ökonomischen Gesetzmäßigkeiten diskutiert, welche die Handlungsträger, die die grundlegenden wirtschaftlich relevanten Entscheidungen treffen, zu berücksichtigen haben.

Der folgende Abschnitt geht von der Annahme aus, daß die entsprechenden Handlungen aber nicht nur von wirtschaftlichen Gesichtspunkten bestimmt, sondern auch politisch motiviert sind. Die Festlegung der politischen Linie einer Zeitung, um ein Beispiel zu nennen, kann einem ökonomischen Kalkül folgen und allein an den Marktchancen orientiert sein. Sie kann aber auch von politischen Überzeugungen getragen sein, wobei allerdings der Rahmen des von den Marktverhältnissen her Möglichen respektiert werden muß. Zwar erscheint ein Handeln gemäß den eigenen Überzeugungen nicht nur nicht negativ, sondern durchaus wünschenswert. Aber es ergibt sich daraus die Situation, daß in einem privatwirtschaftlichen Mediensystem mit dem (gewollten) engen Zusammenhang von publizistischen und wirtschaftlichen Prozessen, den ökonomischen Entscheidungsträgern - v.a. Verlegern und Anzeigenkunden - eine Schlüsselstellung für die Festlegung des inhaltlichen Spektrums der Massenkommunikation zukommt. Dieser Sachverhalt ist dann höchst problematisch, wenn sich diese ökonomischen Entscheidungsträger als einer gesellschaftlichen Teilgruppe mit partikularen Interessen und politischen Zielsetzungen zugehörig erweisen. Die Autonomie des Massenkommunikationssystems, Medienfreiheit und die annähernde Gleichheit der Kommunikationschancen für alle Gruppen wä-

ren in einem privatwirtschaftlichen Mediensystem nicht mehr gegeben, wenn es von einer gesellschaftlichen Kraft beherrscht würde.

5.4.1 Verleger

Presseunternehmen sind Privateigentum. Sie sind Unternehmen wie andere auch. Ihren Inhabern kommt die oberste Entscheidungsbefugnis zu. Sie entscheiden über die Binnenstruktur, sie bestimmen, welche Presseprodukte produziert werden, sie legen die politische Grundlinie fest und sie können durch Ihre Weisungsbefugnis gegenüber den Redakteuren auch auf die konkrete inhaltliche Gestaltung der Zeitung Einfluß nehmen.

Ein Presseunternehmer ist zum einen also ein Unternehmer wie jeder andere auch; insofern er aber das besondere Gut Zeitungen bzw. Zeitschriften produziert, nimmt er zugleich publizistische Funktionen wahr. "Verleger werden in der Literatur als Instanzen beschrieben, die neben der Bereitstellung der ökonomischen Grundlagen der Zeitungsredaktion die von der Redaktion zu befolgenden geistigen, politischen und weltanschaulichen Haltungen und Richtungen der Zeitungen bestimmen."⁷⁶

Zwischen seiner Rolle als Unternehmer und als Publizist können möglicherweise Konflikte auftreten, obwohl ein marktwirtschaftliches Pressesystem von deren Nichtexistenz ausgeht. Eine optimale Erfüllung der unternehmerischen Funktion soll ja gerade zu einer optimalen Erfüllung der publizistischen Anforderungen führen.⁷⁷ Diese Annahme könnte aber allenfalls unter der idealen Bedingung vollkommenen Wettbewerbs richtig sein.

Hier interessiert nicht die ökonomische Dimension der Unternehmerrolle, sondern die politische. Von ihr scheint mir die größere Gefahr für die Erfüllung der publizistischen Anforderungen auszugehen.

Unternehmer haben, wie andere gesellschaftliche Gruppen auch, politische Interessen. Diese erwachsen aus ihrer Tätigkeit als Unternehmer und ihrer entsprechenden Stellung in der Gesellschaft. Sie richten sich etwa auf die Sicherung der Eigentumsstruktur, die Verhinderung oder Minimierung von Maßnahmen der Einkommensumverteilung zugunsten der Einkommensschwachen, den Abbau arbeitsrechtlicher Beschränkungen u.a.m..

Insofern Verleger Unternehmer sind, werden sie mit solchen Zielen übereinstimmen, wenngleich sie darüber hinaus noch spezifische Interessen als Zeitungsunternehmer vertreten werden. Jedenfalls ist in einem privatwirtschaftlichen Pressesystem die Feststellung - definitionsgemäß - richtig, daß sich die Presse in der Hand von Unternehmern befindet.⁷⁸ Sie wird also von einer gesellschaftlichen Gruppe beherrscht, deren gesellschaftliche Zielvorstellungen mit Sicherheit nicht von allen anderen Gruppen geteilt werden. Es ist zu erwarten, daß die Interessen der Verleger sich in den Medieninhalten zeigen und auch mit Hilfe der Presse gesichert werden.

Es soll in diesem Zusammenhang nicht behauptet werden, daß das gesellschaftliche Sein das politische Bewußtsein bestimmt, wohl aber, daß ein Zusammenhang zwischen beiden besteht, weil eine bestimmte gesellschaftliche Position bestimmte Interessen bezüglich ihrer Erhaltung bzw. Verbesserung nahelegt. Unternehmer mit einer sozialistischen Gesellschaftsvorstellung beispielsweise sind nicht denkunmöglich, aber erwiesenermaßen selten, und zwar auch unter Verlegern.⁷⁹

Es ist also insgesamt, wenn auch nicht in jedem einzelnen Fall, zu erwarten, daß eine privatwirtschaftlich organisierte Presse den Interessen der Unternehmer näher stehen wird als denen der Arbeitnehmer und so in Konfliktfällen, z.B. in Arbeitskonflikten, eine Wiedergabe des Meinungs-

spektrums zu erwarten ist, die dem Unternehmerstandpunkt näher steht als der Gegenposition. Einem solchen politischen Gebrauch der Zeitung sind allerdings - bei funktionierendem Markt - Grenzen gesetzt, weil die Orientierung am wirtschaftlichen Ertrag die Berücksichtigung der vorhandenen politischen Strömungen und Meinungen verlangt, wenn sie von einer so großen Gruppe vertreten werden, daß sie auf dem Lesermarkt eine ökonomisch relevante Nachfrage-macht darstellen.

"Ein Verleger, der den geschäftlichen Erfolg seines Blattes im Auge hat, wird sich, dem Marktmechanismus folgend, an den Bedürfnissen der Leser orientieren. Ein 'Publizist' an dieser Stelle wird stattdessen seine persönliche Ideologie durchsetzen wollen und Gegenstimmen nicht dulden. Aus all dem könnte man also folgern: Wollen wir hoffen, daß die Verleger 'kapitalistischer' sind, also ihre Reden vermuten lassen; ihre 'Gesinnungen' können uns mehr schaden als ein gut entwickelter Erwerbsinn."⁸⁰

Diese Folgerung ist allerdings ein wenig kurzfristig, weil man erwarten kann, daß je "kapitalistischer" das Pressegeschäft betrieben wird, auch die Sicherung von Kapitalinteressen politisch um so konsequenter vertreten und entsprechend kaum eine politische Ausrichtung der eigenen Zeitungen zugelassen wird, die diesen Interessen kritisch gegenüber steht oder sie gar gefährdet. Dementsprechend ist sowohl beim "Geschäftemacher" wie beim "Publizisten" in der Verlegerrolle eine ähnliche, einseitige Orientierung der privatwirtschaftlichen Presse zu erwarten.

Dagegen kann auch nicht der sicherlich zutreffende Sachverhalt angeführt werden, "daß heute in allen Groß- und Mittelbetrieben verlegerische Teilfunktionen durch Angestellte (Verlagsdirektoren, Verlagsleiter) wahrgenommen werden; in den meisten Fällen aber bleibt auch dann eine starke

Führungsfigur im Eigentümer oder im Kreis der Eigentümer erkennbar. Der 'pure' (neutrale?) Geschäftemacher unter den Verlegern ist relativ selten, und das ist es ja gerade, was die Kritik doppelt mißtrauisch werden läßt: Zum kaufmännischen Einsatz tritt bei den meisten Presseverlegern das publizistische Engagement."⁸¹

Die politische Linie einer Zeitung und die politische Richtung eines privatwirtschaftlichen Mediensystems kann also - das ist die These - als Resultante des vom Markt her ökonomisch sinnvollen einerseits und des vom Unternehmerstandpunkt aus politisch wünschenswerten andererseits verstanden werden. Insgesamt wird dies trotz der Korrektur durch die ökonomische Dimension zu einer dem Unternehmerstandpunkt zuneigende Darstellung und Interpretation der politischen Wirklichkeit führen.⁸²

In einem privatwirtschaftlich geordneten Massenkommunikationssystem übt jene gesellschaftliche Gruppe die Kontrolle über die Kommunikationsmittel aus, die auch in anderen gesellschaftlichen Bereichen, insbesondere in der Wirtschaft, die größte Macht hat. Sie hat damit die Möglichkeit, mißliebige Meinungen anderer Gruppen praktisch aus der politischen Kommunikation auszuschließen, zumindest zu benachteiligen. Davon werden insbesondere diejenigen benachteiligten gesellschaftlichen Gruppen betroffen sein, die zur Verbesserung ihrer Lage eine Änderung der gesellschaftlichen Machtverhältnisse herbeiführen wollen und damit wirtschaftliche Machtpositionen gefährden. Um es noch einmal an einem Extrembeispiel zu verdeutlichen: Eine Diskussion über die Sozialisierung von Privateigentum an Produktionsmittel wird in einer privatwirtschaftlichen Presse nicht - bzw. nur mit eindeutiger Tendenz - geführt werden können.⁸³ Man stelle sich umgekehrt einmal vor - auch wenn der Vergleich hinkt - nur die Gewerkschaften würden Zeitungen herausgeben.

Leider gibt es zur politischen Ausrichtung keine repräsentativen, qualitativ befriedigenden Inhaltsanalysen. H.Meyn kann sich für seine Feststellung: "Bei Tarifverhandlungen und deutlicher noch die Streiks nehmen die meisten Tageszeitungen in der Regel versteckt oder offen Partei für die Arbeitgeber: In Meldungen und Kommentaren - bevorzugen sie deren Standpunkt - und vernachlässigen oder verschweigen Argumente der Gewerkschaft"⁸⁴, nur auf einen Beleg vom Tarifkonflikt der Druckindustrie berufen.⁸⁵ Dabei liegt hier noch einmal eine besondere Situation vor, weil Verlage direkt als Arbeitgeber involviert sind.

Das Grundproblem des privatwirtschaftlichen Konzepts kann man deshalb wie folgt beschreiben: "Der Zugang zu den Massenkommunikationsmitteln wird als individualistisches Recht mißverstanden. Damit haben die einen mehr, die anderen weniger Recht auf freie Meinungsäußerung."⁸⁶ P.Sethe formuliert die Problematik so: "Pressefreiheit ist die Freiheit von 200 reichen Leuten, ihre Meinung zu verbreiten... Frei ist, wer reich ist."⁸⁷

Diese Freiheitskonzeption wird vom Bundesverband der Zeitungsverleger hartnäckig verteidigt.⁸⁸ Die Abwehr aller Versuche, die verlegerische Entscheidungsfreiheit - etwa durch interne Mitbestimmung oder gar durch externe gesellschaftliche Kontrolle - einzuschränken, weist auf die "verlegerische Auffassung von der Pressefreiheit als ungebundener Entscheidungs- und Verfügungsfreiheit des Zeitungsbesitzers hin"⁸⁹. Auf diese Weise ist Pressefreiheit "primär die Freiheit desjenigen, der genügend Kapital besitzt, seine Meinung zu publizieren und damit Geld zu verdienen. Wie weit dabei die Verantwortung gegenüber der Gesellschaft berücksichtigt wird, ist in das Belieben eines jeden Verlegers gestellt."⁹⁰

Die Gefahr, daß bei einer solchen Konstellation die Vertretung von Sonderinteressen der Realisierung von Kommuni-

kationsmöglichkeiten für alle gesellschaftlichen Gruppen vorgezogen wird, ist nicht von der Hand zu weisen.

5.4.2 Anzeigenkunden

Ein privatwirtschaftliches Mediensystem ist in der Regel in hohem Maße auf Anzeigenerlöse angewiesen, die einen entscheidenden Anteil der Einnahmen ausmachen. Ohne Anzeigen wären Zeitungen und Zeitschriften erheblich teurer, für manche Bevölkerungsgruppen vielleicht unerschwinglich und die Zahl der verschiedenen Presseerzeugnisse deutlich geringer. Werbung leistet also einen erheblichen Beitrag zur Finanzierung der privatwirtschaftlichen Presse. Das hat einerseits, wie angedeutet, positive Auswirkungen, bringt aber andererseits auch große Probleme mit sich.

Negative Effekte ergeben sich, wie oben dargestellt,⁹¹ schon bei einer systemgemäßen Vergabe von Anzeigen, die den ökonomischen Gesetzmäßigkeiten der verbundenen Anzeigen- und Lesermärkte folgt. Erst recht bedenklich ist es natürlich, wenn Anzeigenkunden ihre Machtstellung in der Massenkommunikation ausnutzen, um sie - außerhalb des abgegrenzten Anzeigenraumes - inhaltlich zu beeinflussen. Dazu stehen ihnen mehrere Möglichkeiten zur Verfügung.

Sie können mehr oder weniger deutlich die Vergabe von Anzeigen an eine Zeitschrift oder Zeitung von der Erfüllung mehr oder weniger ausdrücklich formulierter Erwartungen im Hinblick auf redaktionelle Inhalte abhängig machen. Dabei kann es ihnen beispielsweise um die positive Darstellung ihres Betriebes und vor allem seiner Produkte, d.h. um redaktionelle Werbung,⁹² aber auch um eine ihrer Vorstellung entsprechende Behandlung von für sie wichtigen Themen gehen. Solche Versuche werden durchaus im Einzelfall Erfolg haben, insbesondere im Lokalbereich. So sehen von J.-P. Benzinger befragte Lokalredakteure durchaus eine Chance des örtlichen Handels, Einfluß zu nehmen: "Die Befragungsergebnisse bestätigen ein sehr hohes Interesse

der Repräsentanten des örtlichen Handels an der Lokalberichterstattung, da Lokalbeiträge die Interessen des Handels nicht selten direkt (z.B. Beiträge über Veranstaltungen des Handels) oder indirekt (z.B. Stellungnahme für eine Fußgängerzone) tangieren und damit auch ökonomische Vor- oder Nachteile initiieren. So versuchen einzelne Einzelhandelsunternehmen, oft zugleich potente Anzeigenkunden, immer wieder repressiv auf die Redaktion und/oder den Verlag einzuwirken, um eine gewünschte Berücksichtigung in der Berichterstattung zu erreichen. Dabei werden dem Einzelhandel von den Redakteuren in Relation zu anderen gemeindlichen Interessen, wie Parteien, Vereinen usw. die potentiell höchsten Erfolgchancen bei dem Versuch der Einflußnahme auf die Lokalberichterstattung zugestanden."⁹³

Insgesamt dürften aber die Einflußchancen auf diesem Weg doch nicht allzu groß sein, denn in der Regel ist im Lokalbereich die Abhängigkeit (bzw. im überregionalen Bereich die Unabhängigkeit) von Anzeigenkunden und Printmedien eine wechselseitige, so daß den Pressionen einzelner Firmen die wirksamen Druckmittel fehlen.⁹⁴ Außerdem widerspricht ein Eingehen der Presse auf solche Zumutungen der kodifizierten Presseethik⁹⁵, teilweise auch rechtlichen Regelungen⁹⁶ sowie dem Berufsethos und dem Ehrgefühl von Journalisten, so daß mit erheblichem Widerstand dagegen gerechnet werden muß, solange die wirtschaftliche Basis des Verlags das zuläßt.⁹⁷

Doch der Schluß, den Ronneberger aus diesem Sachverhalt zieht, scheint mir verfrüht: "Mit Sicherheit läßt sich feststellen, daß von einer durchgehenden und spürbaren Verfälschung publizistischer Aussagen durch Anzeigenkunden - selbst i.S. der Antizipation seitens der Medienkommunikatoren - keine Rede sein kann."⁹⁸ Das dürfte im großen und ganzen⁹⁹ für direkte Einflußversuche einzelner Firmen gelten, kaum jedoch im Rahmen des Gesamtsystems.

Anzeigenkunden haben nämlich eine zweite Möglichkeit, die Inhalte der Massenkommunikation privilegiert zu bestimmen. Sie können, sofern konkurrierende Medien zur Verfügung stehen, Anzeigen nicht (allein) nach dem ökonomischen Kriterium, die Zielgruppe der Werbekampagne möglichst günstig und effektiv anzusprechen, sondern (auch) nach der inhaltlichen Ausrichtung eines Mediums vergeben, wobei es nicht primär darum geht, Druck auf die Zeitschriften oder Zeitungen auszuüben, deren Position abgelehnt wird. Der Effekt ist deshalb auch nicht in einer Veränderung der politischen Linie dieser Medien zu sehen, sondern eher in Analogie zu einem "Evolutionprozeß" zu verstehen. Massenmedien, die politische Anliegen zum Ausdruck bringen, die gemeinsamen oder mehrheitlichen Interessen der potentiellen Anzeigenkunden zuwiderlaufen, haben im Wettbewerb der Medien einen "Selektionsnachteil" und werden eher wieder eingestellt bzw. überhaupt nicht gegründet. Ihr Anteil - so die These - ist geringer als er nach den ökonomischen Gesetzen des Leser- und Anzeigenmarktes sein müßte.

Nun mag es allerdings durchaus verständlich sein, daß Anzeigenkunden nicht den wirtschaftlichen Erfolg jener Medien sichern wollen, die ihre Existenzbasis in Frage stellen. "Niemand macht gern Geschäfte mit Leuten, die sich just mit ihm streiten wollen. Von den Attackierten zu verlangen, ihre Anzeigen ausschließlich nach rechnerischen Gesichtspunkten zu vergeben, setzt bei ihnen viel demokratische Disziplin voraus."¹⁰⁰ Weil es hier aber nicht um die moralische Beurteilung individuellen Handelns und seiner Motive geht, sondern um die Folgen für die politische Kommunikation, muß bei allem Verständnis diese Disziplin gefordert, bzw. notfalls auf andere Weise abgesichert werden.¹⁰¹ Alles andere würde bedeuten, daß eine spezifische Gruppe der Gesellschaft, die Unternehmer, die Anzeigen zu vergeben haben, in starkem Maße darüber entschieden, welche politischen Ansichten über die Massenmedien in die

politische Kommunikation eingebracht werden dürfen.

Der Nachweis, daß politische Motive bei der Anzeigenvergabe eine Rolle spielen, ist relativ schwer zu führen. Gerade systemkritische Blätter, die als Untersuchungsobjekte an sich geeignet wären, weisen auch eine konsumschwache Leserschaft auf, so daß ökonomische und politische Elemente der Anzeigenzurückhaltung nicht eindeutig voneinander abzuheben sind.

Hervorstechende Beispiele von Anzeigenboykotts, von denen es eine ganze Reihe eindeutig belegter Fälle gibt,¹⁰² können nicht beweisen, daß auf viel weniger spektakuläre Weise auch im Normalfall bei der Anzeigenvergabe, falls zwischen ökonomisch annähernd gleichwertigen Möglichkeiten gewählt werden kann, politische Gesichtspunkte eine Rolle spielen. Sie sind aber immerhin ein Indiz dafür, daß in Wirtschaftskreisen eine Bereitschaft besteht, die starke Position als Anzeigenkunde auch für Einflußnahme in den Kommunikationsprozeß zu nutzen, und daß die vorhergehenden Überlegungen nicht aus der Luft gegriffen sind.

Insgesamt ist davon auszugehen, daß die starke Anzeigenabhängigkeit der Presse, und damit die Abhängigkeit von der werbetreibenden Wirtschaft, die Rücksichtnahme auf deren wirtschaftliche und politische Interessen erfordert. Das Spektrum von Meinungen, das in einem privatwirtschaftlichen, in starkem Maße werbefinanzierten Mediensystem zum Ausdruck kommen kann, dürfte in systematischer Weise vom Spektrum der "in der Wirklichkeit" vertretenen Auffassungen abweichen.

Hinzu kommt noch, daß die politischen Interessen von Verlegern und Anzeigenkunden - beide Unternehmer - im wesentlichen parallel verlaufen. Die Tendenzen zur Bevorzugung bzw. Benachteiligung bestimmter Meinungen in der Berichterstattung verstärken sich auf diese Weise. Eine Begrenzung des redaktionellen Spielraums "ergibt sich für die privat-

wirtschaftlich organisierte Presse dadurch, daß die Verleger von Zeitungen und Zeitschriften bei der inhaltlichen Gestaltung ihrer Objekte die ihnen mit den Anzeigenkunden gemeinsamen wirtschaftlichen und politischen Interessen berücksichtigen müssen. Weil Inserenten wie Verleger nach den gleichen erwerbswirtschaftlichen Prinzipien arbeiten, haben sie als Unternehmer in den Grundfragen der Gesellschaft auch gleiche Interessen. Das hat letztlich zur Folge, daß die Presse in ihrer Freiheit zur Kritik an der Wirtschaft ganz allgemein, aber auch in Fragen, die die Fundamentalinteressen der Wirtschaft berühren, beschnitten ist. Kein an der Erhaltung und Verteidigung des privatwirtschaftlichen Systems interessierter Verleger wird sein Objekt ideologisch so ausrichten können, daß es dieses System dauerhaft und prinzipiell in Frage stellt."¹⁰³ Er wird es - dies sei angemerkt - auch nicht wollen. Probleme, die aus der Werbeabhängigkeit eines Mediensystems kommen, erkennt auch das Bundesverwaltungsgericht, wenn gleich bei dem Urteil ein ausschließlich werbefinanziertes Rundfunksystem zur Entscheidung anstand: die "ausschließliche Finanzierung durch Werbesendungen würde... die einseitige Beeinflussung der öffentlichen Meinung durch die werbenden Firmen, also durch Kreise der Industrie, des Handels und des Gewerbes zur Folge haben. Das aber läßt sich mit dem im Grundgesetz verankerten Begriff der Informationsfreiheit in der Demokratie nicht vereinbaren."¹⁰⁴

In etwas vager Form spricht auch die Pastoralinstruktion "Communio et progressio" dieses Problem an. "Die großen Geldsummen, welche die Medien aus der Werbung ziehen, bedrohen ihre eigenen Grundlagen... Obendrein kann die den Instrumenten der sozialen Kommunikation wesentliche Freiheit durch den Druck wirtschaftlicher Macht in schwere Bedrängnis geraten."¹⁰⁵

Ein weiteres Problem im Zusammenhang mit dem Anzeigenteil der Presse wurde noch gar nicht angesprochen. Bisher wurde

nach Wirkungen der Anzeigenaufnahme auf den redaktionellen Teil gefragt. Aber auch der Anzeigenteil selbst enthält ja Information. In ihm finden sich Aussagen zu einzelnen Wirtschaftsgütern, aber nur von seiten der Produzenten oder Verkäufer und mit bestimmter Absicht. Eine unabhängige Verbraucherberatung oder Umweltschutzorganisation hat dazu oft noch ganz andere Gesichtspunkte beizusteuern, aber in der Regel nicht die Mittel, um sie in einer dem Werbefeldzug vergleichbaren Weise zu publizieren. Weiterhin propagiert die Werbung insgesamt eine bestimmte Werteinstellung.¹⁰⁶ Die Konsumbotschaft, die sie verkündet, hat auch eine politische Dimension, die nicht von allen gesellschaftlichen Gruppen geteilt wird, sondern heftigen Widerspruch findet. Das von der Werbung zum Ausdruck gebrachte Menschenbild, die Vorstellungen vom gesellschaftlichen Zusammenleben und die Akzentsetzungen bei dem, was als "Fortschritt" gepriesen wird, sind sicherlich partikular.

Dementsprechend bedürfte der Anzeigenteil eigentlich eines zusätzlichen Gegengewichts im redaktionellen Teil, selbst wenn dieser an sich schon ausgewogen wäre. Dabei ist natürlich zu berücksichtigen, daß Werbung, indem sie sich als solche zu erkennen gibt, ihre Einseitigkeit offenlegt und auch von den Lesern so eingeschätzt wird.¹⁰⁷ Dementsprechend gering wird auch ihre Glaubwürdigkeit beurteilt. Deswegen kann sie selbstverständlich in ihrem Gewicht nicht mit dem redaktionellen Teil gleichgesetzt werden. Trotzdem darf die Wirkung der aller Werbung zugrundeliegenden Konsumbotschaft mit ihren Wertsetzungen nicht zu gering eingeschätzt werden, zumal Werbung sich auf Beeinflussung versteht und Werbeerfolge, jedenfalls in Bezug auf die Kaufentscheidungen, nachweisbar sind.

Ein werbekritischer redaktioneller Teil würde allerdings das "Umfeld" für Anzeigen verschlechtern und damit die

Gefahr von Anzeigenverlusten heraufbeschwören. Sehr viel häufiger ist deshalb ein mit dem Anzeigenteil konformer Inhalt zu finden. "Anzeigenfreundliche Umfelder unterstreichen den Doppelcharakter der Zeitung als Informations- und Werbeträger. Sie bestätigen, daß der redaktionelle Teil zumindest tendenziell Verkaufshilfe des Anzeigenraums ist."¹⁰⁸

5.5 Innere Pressefreiheit

Die Forderung nach "innerer Pressefreiheit", wie sie von Journalisten und ihren Organisationen seit langem erhoben wird, ist nicht nur im Kontext des generellen Bemühens der Arbeitnehmer und der Gewerkschaften um eine Verbesserung der Betriebs- und Unternehmensverfassung mit mehr Mitspracherechten für die Arbeitnehmer zu sehen, sondern wird auch von genuin publizistischen Zielsetzungen bestimmt, denen im folgenden natürlich das Hauptinteresse gilt.

"Der heute gefestigte Sprachgebrauch versteht unter innerer Pressefreiheit das durch Gesetz, Gesamtarbeitsvertrag oder Statut geregelte Verhältnis zwischen dem Verleger einer Zeitung und den angestellten Redakteuren oder Journalisten."¹⁰⁹ Damit werden verschiedene Zielsetzungen verbunden.

Ein erstes Ziel ist die Realisierung von Pressefreiheit, die bisher ja nur den Bürgern "gehört", "die kapitalstark genug sind, um ein Presseunternehmen aufzumachen"¹¹¹, für einen größeren Personenkreis.

Selbst bei einem subjektiv-abwehrrechtlichen Verständnis von Pressefreiheit kommt nicht nur der Verleger als Grundrechtsträger in Frage, denn "Presse" entsteht in einem arbeitsteiligen Prozeß. Es muß berücksichtigt werden, "daß die publizistische Tätigkeit Ausübung des Grundrechts der Pressefreiheit ist. Dieses Grundrecht wird arbeits- und funktionsteilig durch den Verleger, die Redaktionsmitglieder sowie die anderen Mitarbeiter des Verlags ausgeübt. ...

Das Regelungsproblem entsteht vor allem daraus, daß die Grundrechtsträger - mit Ausnahme des Verlegers - das Grundrecht in abhängiger Arbeit ausüben. Ziel einer Neuregelung muß es sein, die Möglichkeiten der Grundrechtsausübung der arbeitsteilig zusammenwirkenden Arbeitnehmer zueinander sowie im Verhältnis zum Verleger zu verbessern. Modifikationen der Machtposition des Verlegers sind dabei unvermeidbar. Die einzelnen Befugnisse des Verlegers sind jedoch nicht als solche verfassungsverbürgt. Eine Neuregelung mit dem Ziel der verfassungsgerechten Zuordnung der verschiedenen Grundrechtspositionen zueinander verletzt Grundrechte des Verlegers nicht."¹¹² Es muß allerdings darauf hingewiesen werden, daß nach herrschender Meinung "dem Verleger der entscheidende Einfluß auf die Produktgestaltung - hier: auf den Inhalt der Zeitung oder Zeitschrift - im Hinblick auf die auch ihm zustehende Pressefreiheit, seine Unternehmerfreiheit und die Eigentumsgarantie des Art. 14 GG nicht genommen werden darf"¹¹³. Hier wird das Grundproblem der inneren Pressefreiheit, die enge Verbindung der Rechte auf bzw. aus Eigentum und auf Pressefreiheit sowie die Notwendigkeit und Schwierigkeit sie voneinander abzuheben, deutlich.

Weil eine strikte Trennung von wirtschaftlichem und redaktionellem Bereich und eine damit verbundenen Aufgabenzuweisung von Redaktion und Verleger nicht möglich und wünschenswert ist, geht es darum, eine innere Ordnung zu schaffen, "die beide Seiten dazu anhält und notfalls dazu zwingt, ihre zwar verschiedenen, sich aber doch vielfältig überschneidenden Aufgabenbereiche in sinnvoller Zusammenarbeit wahrzunehmen"¹¹⁴. Dazu müssen die jeweiligen Kompetenzen und Einwirkungsmöglichkeiten ausbalanciert werden.¹¹⁵

Wenn das vom Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger in Auftrag gegebene Gutachten von W.Weber zum Schluß kommt, daß die Pressefreiheit des Verlegers bereits verletzt sei,

wenn er durch Gesetz gehindert sei, die publizistische Haltung seines Presseorgans selbst zu bestimmen, in Fragen, die über die Tagesaktualität hinausgehen, selbst zu bestimmen, oder Personalentscheidungen ohne Mitsprache der Redaktion zu treffen,¹¹⁶ so scheint eine solche Konzeption von Pressefreiheit zu sehr auf den Verleger zentriert und reflektiert "das Kräftefeld zwischen Verlegerfreiheit, öffentlicher Funktion der Presse und Arbeitsrecht absolut unzureichend"¹¹⁷.

Als zweites Ziel soll eine Abschirmung der publizistischen Arbeit von ökonomischen Einflüssen durch eine relative Autonomie der Redaktion erreicht werden.

Dieses Ziel ist dort uneingeschränkt zu befürworten, wo verhindert werden soll, daß ökonomische Macht, vor allem durch Anzeigenkunden, zur Beeinflussung der publizistischen Aussagen und der politischen Linie eingesetzt wird. Es kann aber im Rahmen eines privatwirtschaftlichen Mediensystems nicht generell gutgeheißen werden, denn letztlich sind ökonomische Folgen das wichtigste Feedback, das ein Medium von den Rezipienten erhalten kann. Sie stellen faktisch die einzige, wenn auch nur begrenzt wirksame Kontrollmöglichkeit dar, die die Bürger haben, um mittels der Kaufentscheidung, unter der Voraussetzung eines funktionierenden Marktes, die redaktionelle Linie in Entsprechung zu gesellschaftlich vorhandenen Meinungen zu bringen. Eine ökonomisch vollständig entlastete Redaktion ist letztlich auch der letzten "gesellschaftlichen Kontrolle" ledig.

Weil die Redaktion als Teil des Verlages von seiner ökonomischen Situation mitbetroffen ist, ist eine völlige Unabhängigkeit der Redaktion vom ökonomischen Erfolg bzw. Mißerfolg des Verlages und damit zumindest zum Teil auch ihrer Arbeit sowieso nicht möglich. Eine begrenzte Entlastung der Redaktion von ökonomischen Gesichtspunkten im Rahmen des wirtschaftlich Möglichen scheint aber sinnvoll.

"Die relative Autonomie soll der Redaktion auch zur Abwehr ökonomisch orientierter Einflüsse verhelfen, soweit sie trotz der privatwirtschaftlichen Pressestruktur vermeidbar sind. Es wird gewissermaßen im Verlag ein 'Gegenprinzip' verankert, das dafür sorgen soll, daß jedenfalls die bei einer privatwirtschaftlich strukturierten Presse verbleibenden publizistischen Spielräume genutzt und nicht auch noch durch ökonomische Orientierungen ausgefüllt werden. Die relative Autonomie der Redaktion ist die organisatorisch-institutionelle Verankerung dieses Gegenprinzips."¹¹⁸

Zu bedenken ist allerdings, daß ein Zuwenig wie ein Zuviel an Kompetenzzuweisung an die Redaktion das Gewicht ökonomischer gegenüber publizistischer Orientierung erhöht, denn sehr viel Autonomie und Kompetenz läßt der Redaktion auch die ökonomische Verantwortung auf. Das Maximum ist in diesem Fall nicht das Optimum.

Als drittes Ziel innerer Pressefreiheit wird angestrebt, den dominierenden Einfluß der Verleger, die als Unternehmer eine Sondergruppe mit spezifischen Interessen darstellen, zu reduzieren und das breitere Meinungsspektrum der journalistischen Mitarbeiter zur Wirkung zu bringen. Durch die Erweiterung der an publizistischen Entscheidungen beteiligten Personen soll eine größere Entsprechung zur gesellschaftlichen Pluralität erreicht werden.

Allerdings ändert sich im Prinzip wenig, wenn statt einiger Verleger einige tausend Journalisten Grundrechtsträger werden und die Freiheit ihrer Meinungsäußerung in den Medien geschützt wird. Wenn der Schutzzweck der Pressefreiheit ist, allen Meinungen - nicht nur solchen, die dem Staat oder mächtigen gesellschaftlichen Gruppen, insbesondere denjenigen, die über die Medien verfügen, genehm sind - eine Artikulationschance zu geben, dann muß überlegt werden, wie erreicht werden kann, daß sich die gesellschaftliche Pluralität in den Medien wiederfindet. Durch "innere

Pressefreiheit" lassen sich die diesbezüglichen Strukturprobleme des privatwirtschaftlichen Mediensystems nicht beheben. Es lassen sich allerdings deren Folgen etwas abmildern, wenn durch redaktionelle Mitbestimmung der Gruppe derer, die über die Medien (mit)verfügt, größer und pluraler wird. Allerdings stellen auch die Journalisten vermutlich keine repräsentative Widerspiegelung der gesellschaftlichen Gruppen dar.

Die angemessene Berücksichtigung des gesamten Meinungsspektrums ist vom Konzept her widerspruchsfrei letztlich nur durch eine gesellschaftliche Kontrolle unter Beteiligung der relevanten Gruppen möglich.

Zusammenfassend läßt sich von einer am gesellschaftlichen Sinn der Pressefreiheit orientierten Sicht feststellen, geht es bei der Forderung nach innerer Pressefreiheit letztlich um die Verteilung von Sonderrechten, die bisher allein dem Verleger zukamen, auf die größere Gruppe der publizistisch Tätigen. Weil es jedoch wichtig wäre, die Kommunikationsrechte aller zu sichern, werden auf diese Weise die Strukturprobleme des privatwirtschaftlichen Mediensystems nicht gelöst, aber doch ihre Folgen gemildert. Unter publizistischen Gesichtspunkten ist der Ausbau der inneren Pressefreiheit also positiv zu werten. Sie sichert darüber hinaus Arbeitnehmerrechte und Mitbestimmung, die O.v.Nell-Breuning schon vor fast zwanzig Jahren gerade für Journalisten vehement gefordert hat.¹¹⁹

5.6. Zusammenfassende Bewertung

Das privatwirtschaftliche Modell eines Mediensystems beruht auf einer liberalistischen Grundkonzeption und dementsprechend auf einem individualistischen Verständnis von Presse- bzw. Medienfreiheit. Diese wird verstanden als ein Abwehrrecht gegenüber staatlichen Eingriffen. Die Freiheit ist dabei dem Grundgedanken nach doppelt gesi-

chert: einerseits durch die Freiheit eines jeden, Informationen mittels Massenmedien zu verbreiten, indem er ein Presseorgan gründet und andererseits durch die Freiheit eines jeden, die Informationen zu kaufen, die er will, und auf diese Weise seinen Meinungen auf dem Markt zum Erfolg zu verhelfen, so daß die privatwirtschaftlichen Medien schließlich das gesellschaftliche Meinungsspektrum angemessen wiedergeben und damit auch die Meinung jedes einzelnen ungefähr repräsentiert ist.

Angesichts des großen Kapitalbedarfs für die Gründung eines Verlags, der Konzentrationerscheinungen und damit dem Fehlen einer realistischen Marktzutrittschance kann allerdings die erste Hälfte der Presse- bzw. Medienfreiheit in wesentlichen Teilen nicht (mehr) als gegeben angesehen werden. Es verbleibt somit überwiegend der zweite Aspekt, die Steuerung des Marktes durch die Kaufentscheidung der Rezipienten.

Von einem Pressemarkt zu sprechen setzt voraus, daß ein Verlag als kommerzielles Unternehmen und Publizistik als Ware verstanden wird, die nach marktwirtschaftlichen Regeln produziert und verteilt wird.

Trotz aller Diskussionen und Bedenken über Zielkonflikte zwischen dem ökonomisch und publizistisch richtigen Verhalten, schiene mir ein vom Markt gesteuertes System akzeptabel, wenn man davon ausgehen könnte, daß die Nachfrage der Rezipienten das entscheidende Steuerungsinstrument ist.

Aber sogar bei funktionierendem Markt ist das nur eingeschränkt der Fall. Aufgrund der Koppelung von Lesermarkt und Anzeigenmarkt gilt nämlich für die Rezipientennachfrage nicht das demokratische Prinzip der "gleichen Wahl". Vielmehr spielt die Kaufkraft des Lesers für den Anzeigenmarkt eine wichtige Rolle. Angesichts der hohen Bedeutung der Anzeigen für die Erlöse etabliert so der "monetäre Stimmzettel" (H.Giersch) im publizistischen Bereich ein

"Klassenwahlrecht", bei dem die einen nicht nur mehr Stimmzettel haben, sondern diese darüber hinaus auch noch mehr zählen. Konsumschwache Schichten werden benachteiligt.

Die Steuerung des Meinungsmarktes durch die Nachfrage des Rezipienten wird aber weiterhin durch Konzentrationsprozesse eingeschränkt oder ganz außer Kraft gesetzt. Damit bleibt es ganz dem Belieben - bestenfalls der Verantwortung - des Verlegers überlassen, welche Meinungen eine Chance erhalten, im Massenkommunikationsprozeß präsent zu sein und welche ausgeschlossen werden.

Zu den Problemen, die aus ökonomischen Gesetzmäßigkeiten resultieren, kommen solche hinzu, die aus der Bestimmungsmacht bestimmter gesellschaftlicher Gruppen über die Medien resultieren, die von ihnen für die Förderung ihrer politischen Interessen ge- bzw. mißbraucht werden können. Die Eigentümer von Medienunternehmen können - sofern die ökonomischen Gesetzmäßigkeiten Spielraum dafür lassen - ihre Verfügungsgewalt dazu ausnutzen, ihre Medien in den Dienst ihrer politischen (Sonder)Interessen zu stellen. Ebenso können die Anzeigenkunden - als Unternehmer der gleichen Sondergruppe zugehörig - ihre starke Position zur privilegierten Artikulation ihrer Interessen nutzen.

Ein privatwirtschaftliches Mediensystem wird damit in starkem Maße von Personen der "Wirtschaft", das heißt von denjenigen, die Eigentum an und Verfügungsgewalt über Produktivvermögen haben, bestimmt.

Ein privatwirtschaftliches Mediensystem wirft also schwerwiegende Probleme im Hinblick auf die Beteiligung aller Gruppen an der gesellschaftlichen Kommunikation auf. Die Forderung nach "Kommunikationsgerechtigkeit" wird von ihm verletzt.

Dem steht als Vorteil die staatferne Konstruktion gegenüber. Das Grundverständnis von Pressefreiheit als Freiheit von staatlicher Bevormundung und Regelung läßt eine große

Widerstandskraft gegen potentielle staatliche Zugriffsversuche auf die Presse erwarten. Dieser Vorteil muß aber abgewogen werden gegen die oben festgestellte Tatsache, daß im privatwirtschaftlichen Kommunikationssystem ein ausgeprägtes Machtungleichgewicht besteht, so daß die Realisierung der Medienfreiheit für den einzelnen von gesellschaftlicher Macht nicht weniger bedroht ist wie von staatlicher. Ein staatlicher Eingriff in das Mediensystem zur Schaffung einer Rahmenordnung, die der Realisierung der Medienfreiheit aller dient und die Beteiligung aller gesellschaftlichen Gruppen gewährleistet, scheint insofern unter bestimmten Bedingungen durchaus gerechtfertigt.

Unter Zugrundelegung des Subsidiaritätsprinzips kann dabei als Richtlinie gelten: je mehr die Grundannahmen des privatwirtschaftlichen Modells erfüllt sind, desto mehr Pressefreiheit ist realisiert und desto weniger staatliche Regelung ist berechtigt und notwendig.

1. Wenn jeder einigermaßen realistisch über Massenmedien als Artikulationsmittel verfügen kann, ist staatlicher Eingriff strikt abzulehnen. Pressefreiheit ist dann wirklich ein individuelles Recht.

Dieser Zustand ist in der Regel in unserer Gesellschaft nicht gegeben; in einigen Bereichen kann er allerdings durchaus vorhanden sein, z.B. bei der Kommunikation mittels Flugblatt.

2. Wenn wenigstens eine Vielzahl von Medien konkurriert, wenn also der Markt funktioniert, dann erscheint ein privatwirtschaftliches Mediensystem noch möglich. Es dürfte Vorteile haben, wenn es darum geht, neue Bedürfnisse der Leser aufzuspüren und auf neue Entwicklungen zu reagieren. Die im Durchschnitt größere Reaktionsschnelligkeit und Kreativität gegenüber bürokratischen Systemen ist auf die Wettbewerbssituation, auf die finanzielle Motivation und auf die einfachere Entscheidungsstruktur zurückzuführen. Es muß allerdings - möglicherweise durch einen anders

strukturierten Mediensektor - dafür gesorgt werden, daß die ungleichen Zugangschancen verschiedener gesellschaftlicher Gruppen kompensiert werden.

3. Bei nicht oder kaum mehr existierendem Wettbewerb sind die Grundvoraussetzungen des privatwirtschaftlichen Mediensystems nicht mehr gegeben. Es hat damit seine Existenzberechtigung verloren. Deshalb ist das Massenkommunikationssystem anders zu strukturieren.

Eine abschließende Bewertung des privatwirtschaftlichen Modells der Massenkommunikation kann an dieser Stelle noch nicht vorgenommen werden. Sie wird - im Vergleich mit dem folgenden Modell - komparativisch sein müssen.

6. ÖFFENTLICH-RECHTLICHE MEDIENSTRUKTUR

Öffentlich-rechtlich ist in der Bundesrepublik Deutschland - und ähnlich in Österreich und in der Schweiz - der Rundfunk strukturiert. Diese Verknüpfung ist nicht denknotwendig, wie die privatwirtschaftliche Rundfunkordnung vieler Staaten zeigt, aber möglicherweise sinnvoll. Die Qualität einer öffentlich-rechtlichen Medienstruktur unter sozialethischen Gesichtspunkten und der Sinn einer Verbindung mit dem Rundfunksektor steht in diesem und den folgenden Kapiteln zur Diskussion an.

Weil in diesem Kapitel über Rundfunk zu reden ist, soll kurz auf den Begriff eingegangen werden.

"Rundfunk" ist im "Staatsvertrag der Länder zum Rundfunkgebührenwesen" definiert als "die für die Allgemeinheit bestimmte Veranstaltung von Darbietungen aller Art in Wort, in Ton und in Bild unter Benutzung elektrischer Schwingungen ohne Verbindungsleitungen oder längs oder mittels eines Leiters"¹.

Dieser Rundfunkbegriff enthält neben der technischen (Übertragung durch elektrische Schwingungen) eine publizistische Komponente (Bestimmung für die Allgemeinheit). Funk- oder Kabelverbindungen, wie z.B. das Telefon, die der Individualkommunikation dienen, fallen darum selbstverständlich nicht unter den Rundfunkbegriff. Neue technische Entwicklungen - wie z.B. Bildschirmtext - mit ihren fließenden Übergängen zwischen Individual- und Massenkommunikation machen die Abgrenzung immer schwieriger. Aber nicht nur die Zuordnung innerhalb dieses Rundfunkbegriffs, sondern der Begriff selber ist umstritten, weil er sehr stark an der Verbreitungsform orientiert ist und auf inhaltliche Kriterien nicht abhebt. Könnte nicht beispielsweise die Verbreitung von Schrift über Massenmedien, gleichgültig auf welche Weise sie erfolgt - auf Papier

oder als Videotext bzw. Fernsehzeitung -, als "Presse" qualifiziert werden?

Dieser Streit ist deswegen so brisant, weil die Qualifikation eines Mediums als "Rundfunk" mit erheblichen rechtlichen Folgen - in der Bundesrepublik Deutschland Zuständigkeit der Bundesländer, öffentlich-rechtliche Organisationsform - verbunden ist. Für die grundsätzliche Darstellung des öffentlich-rechtlichen Modells ist diese Abgrenzungsproblematik allerdings nicht entscheidend und deshalb braucht an dieser Stelle auch keine Lösung gesucht zu werden. Rundfunk ist der Oberbegriff für Hörfunk und Fernsehen.

6.1 Grundprinzip des öffentlich-rechtlichen Modells

Das öffentlich-rechtliche Modell baut auf einem Verständnis von Medienfreiheit auf, das nicht allein auf den individuellen Sinn von Grundrechten beschränkt ist, sondern auch ihre gesellschaftliche Dimension betont. Das Institut des "freien Rundfunks" soll eine offene Kommunikationsverfassung realisieren, die einen chancengleichen Zugang wahrt, damit die Auseinandersetzung und die Verständigung über gesellschaftliche Fragen sichert und die Meinungsäußerungs- und Informationsfreiheit eines jeden in der Reglementierung weitestgehend zu sichern sucht².

Dieses Verständnis ist dem Gedanken der Sozialstaatlichkeit verpflichtet. Grundrechte sind nicht reine Abwehrrechte gegen den Staat, sondern programmatischer Auftrag an ihn, dafür Sorge zu tragen, daß die formellen Freiheitsversprechen mit materiellem Gehalt gefüllt werden und zwar für alle und nicht nur für einige wenige, die eine dominante gesellschaftliche Position einnehmen.

Das Grundrecht der Rundfunkfreiheit ist im öffentlich-rechtlichen Modell "mit der Folge vergesellschaftet, daß

es niemand mehr allein inne hat"³. Es ist dem spontanen und beliebigen Gebrauch - dem freien Gebrauch im liberalen Sinn - durch den einzelnen entzogen und seine Inanspruchnahme organisiert. Jedoch zielt die Organisation der Freiheit, die ihre Regelung und Begrenzung bedeutet, dann gerade auf die Realisation der Freiheit, wenn sie andernfalls nur Papier bzw. den jeweils Stärksten vorbehalten bliebe. Dabei ist die Einschränkung der Spontaneität durch die Vergesellschaftung der Rundfunkfreiheit relativ gering, denn die Wahrnehmung dieses Grundrechts setzt "unabhängig von der gesetzlich verfügbaren Vergesellschaftung ein so hohes Maß an Organisation voraus, daß Spontaneität ohnehin zurückgedrängt wird"⁴.

Eine offene Kommunikationsordnung versucht das öffentlich-rechtlich strukturierte Mediensystem durch folgende Eckpfeiler zu organisieren:

"Die Freiheit vom Staat (Zensurverbot in Art.5 GG)

Die Freiheit vom Kapitaleinfluß, gesichert durch die Finanzierung aus Gebühren

Die Verpflichtung zur Verwirklichung der Kommunikationsfreiheit der Gesellschaft durch einen gesetzlich fixierten Programmauftrag

Die demokratische Rückkopplung durch den Rundfunkrat als Institution gesellschaftlicher Kontrolle"⁵.

Diese "Essentials" sollen ein Mediensystem "für alle" sichern, in dem sämtliche gesellschaftlichen Gruppierungen die Chance haben, ihre Position darzustellen und die der anderen kennenzulernen, und die Bürger dementsprechend die Möglichkeit, sich umfassend zu informieren und ihre Meinung zu bilden. Es muß also - negativ formuliert - verhindert werden, daß der Rundfunk vom Staat oder von einer oder mehreren gesellschaftlichen Gruppen beherrscht wird⁶.

Er darf nicht dem Staat ausgeliefert werden, da es u.a.

Aufgabe der Massenmedien ist, die Artikulation der Gesellschaft gegenüber dem Staat zu übernehmen, über ihn zu informieren, sein Handeln zu kommentieren und zu kritisieren⁷. Die Staatsfreiheit muß also durch entsprechende rechtliche und organisatorische Regelungen sichergestellt werden.

Der Rundfunk darf aber auch nicht einer gesellschaftlichen Gruppe ausgeliefert werden, denn die Massenkommunikation dient der Kommunikation aller gesellschaftlichen Gruppen untereinander und gegenüber dem Staat.

"In anderer Weise als bei der - unter meinungsfreiheitlichen Verfassungsverhältnissen - gleichsam 'naturwüchsig' entstandenen pluralistischen Presse ist die Begünstigung der Meinungsvielfalt in einem Rundfunkwesen mit öffentlich-rechtlich privilegierten Monopol- und Teilmonopolanstalten immer das Problem einer künstlichen Ordnungsaufgabe (d.h. rechtlicher Vorkehrungen und Kontrollmechanismen) gewesen"⁸. Die gleiche Offenheit gegenüber allen gesellschaftlichen Kräften soll durch einen dementsprechenden Programmauftrag und die Kontrolle seiner Erfüllung erreicht werden, die der Gesellschaft, konkret Vertretern der "relevanten Gruppen", zusteht. Auch die Finanzierung aus Gebühren dient u.a. dieser Zielsetzung. Sie soll verhindern, daß ökonomisch mächtige Gruppen - vor allem über die Werbung - Einfluß auf den Rundfunk gewinnen. Während im privatwirtschaftlichen Modell dem Grundgedanken nach der Markt dafür sorgen soll, daß die Berichterstattung als Spiegel der Interessen und Meinungen der Bevölkerung betrachtet werden kann, soll dies im öffentlich-rechtlichen Modell durch repräsentative gesellschaftliche Kontrolle geschehen.

Damit sind auch die entscheidenden Punkte angesprochen, denen sich die kritische Analyse des öffentlich-rechtlichen Modells zuwenden muß. Sie muß sich mit dem zentralen

Problem auseinandersetzen, ob die gesellschaftliche Kontrolle eine praktikable Form der Steuerung ist, und wie erreicht werden kann, daß die Kontrollgremien die Gesellschaft einigermaßen widerspiegeln. Weiterhin ist zu diskutieren, ob der öffentlich-rechtliche Rundfunk aufgrund seiner Konstruktion für staatlichen Einfluß in erhöhtem Maße anfällig ist. Ferner ist die Leistungsfähigkeit des Finanzierungsmodus im Hinblick auf die erwünschte ökonomische Unabhängigkeit und die Sparsamkeit der Mittelverwendung zu bedenken.

6.2 Gesellschaftliche Kontrolle

Das wohl entscheidende Problem des öffentlich-rechtlichen Modells ist, ob und wie es gelingen kann, das vom Grundgedanken her durchaus folgerichtige Konzept der gesellschaftlichen Kontrolle zu realisieren. "Die gesetzlich bzw. durch Staatsvertrag verankerte gesellschaftliche Kontrolle ist entscheidendes Merkmal und zugleich neuralgischer Punkt der bundesdeutschen Rundfunkorganisation"⁹.

6.2.1 Das Problem der Repräsentation der Gesellschaft in der Binnenstruktur der Rundfunkanstalt

Die gesellschaftliche Kontrolle soll sicherstellen, daß der öffentlich-rechtliche Rundfunk offen ist für die Vielfalt der in der Gesellschaft vorhandenen Interessen und Meinungen und bereit, sie in den Kommunikationsprozeß einzubringen. Der Rundfunk ist der Gesamtgesellschaft - oder mit einem anderen Begriff, der "Allgemeinheit" - nicht einzelnen Teilgruppen verpflichtet. "Der Rundfunk bedarf also einer Binnenstruktur, die die Repräsentation der universellen Gesellschaft sicherstellt"¹⁰. Da die Gesellschaft als solche nirgends - allerhöchstens im Staat, demgegenüber sich aber die Rundfunkfreiheit auch behaupten

muß - repräsentiert ist, kann eine solche Kontrolle nur durch die in der Gesellschaft bestehenden Gliederungen vorgenommen werden.

"Es liegt auf der Hand, daß in einer dynamisch sich entwickelnden Gesellschaft, die sich in zahlreiche Gruppen von unterschiedlicher Bedeutung gliedert, das Entscheidungskriterium für die Relevanz einer Gruppe im Hinblick auf den Zugang zu den Kontrollgremien wie auch der Modus für die Art und Weise der Bestellung von Vertretern nicht widerspruchsfrei gefunden werden kann. Ob man von den 'gesellschaftlich relevanten Kräften' oder den 'bedeutsamen politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Gruppen' spricht, wie das Verfassungsgericht, stets handelt es sich dabei um Hilfskonstruktionen mit dem praktischen Ziel, das unlösbare Problem der direkten Repräsentation der Allgemeinheit auf dem Weg über die Repräsentation organisierter Interessen in der Gesellschaft zu lösen"¹¹.

Dazu werden in der Praxis die wesentlichen gesellschaftlichen Teilbereiche wie Politik, Wirtschaft, Religion, Erziehung, Wissenschaft und Kultur abgedeckt. Sie erbringen wichtige gesellschaftliche Leistungen und sind insofern bedeutsam. Eine logisch zwingende Gewichtung zwischen diesen Bereichen, die sich in Anteilsmaßstäbe umsetzen ließe, kann nicht gefunden werden¹². Innerhalb dieser einzelnen Bereiche gibt es verschiedene, teilweise konträre Interessen. Man denke im Bereich der Wirtschaft an die Arbeitgeberverbände und Gewerkschaften. Innerhalb der einzelnen Bereiche muß also eine Auswahl getroffen werden, wobei die zahlenmäßige Größe der Gruppierung, die hinter den Interessen steht, ein wesentliches Kriterium darstellt. Eine weitere Voraussetzung dafür, daß gesellschaftliche Interessen in den Kontrollgremien durch Vertreter repräsentiert werden können, ist ihre Organisiertheit.

Dieses traditionelle "Verständnis von gesellschaftlicher Relevanz hat vor allem drei Aspekte berücksichtigt:

1. die Organisiertheit (nur organisierte und politische gesellschaftliche Interessen sind in den Gremien vertreten),
2. die Quantität (nur Gruppen, die zahlenmäßig ins Gewicht fallen, haben Vertreter in den Gremien) und
3. die Funktion (nur Gruppen, die erkennbar bestimmte politische, wirtschaftliche, berufliche und andere gesellschaftliche Aufgaben in der Gesellschaft wahrnehmen, sind in den Gremien vertreten)."¹³

Eine solche Bestimmung von gesellschaftlicher Relevanz führt dazu, daß im Massenkommunikationssystem in starkem Maße die Gruppen repräsentiert werden, die auch im politischen System aufgrund ihrer Größe, Organisiertheit und Bedeutung im gesellschaftlichen Leistungszusammenhang, die Sanktionsmittel in die Hand gibt, eine große Einflußchance besitzen. Dies erscheint mir unvermeidlich und auch durchaus systemgerecht. Die gesellschaftliche Relevanz ist unbestreitbar. Trotzdem darf das Massenkommunikationssystem nicht einfach die gesellschaftlichen und politischen Machtverhältnisse widerspiegeln. "Vielmehr muß im Vorraum der politischen Entscheidung, im Prozeß der politischen Kommunikation, sehr viel mehr 'möglich' sein als das, was die Kräfteverhältnisse im Entscheidungssystem einer Gesellschaft ausmachen"¹⁴. Auch jene Gruppen, deren politische Macht klein und deren Zugangschancen zur öffentlichen Kommunikation gering sind, sollten in den Kontrollgremien einen Platz erhalten, sofern sie zahlenmäßig relevant sind. W.R.Langenbucher und W.A.Mahle fordern sogar einen "Umkehrproporz", nach dem Gruppen umso eher Zugang zu den öffentlich-rechtlichen Kontrollgremien erhalten sollen, je geringer ansonsten ihre Chance ist, ihre Bedürfnisse und Interessen in die öffentliche Kommunikation einzubringen¹⁵. Abgesehen davon, daß sie selbst

diesen Vorschlag nicht zu operationalisieren vermögen, scheint es mir nicht sinnvoll, das Massenkommunikationssystem zu einem Gegenpol des politischen Entscheidungssystems ausbauen zu wollen. Sicherlich sind die Chancen auf die politischen Entscheidungen einzuwirken zwischen den gesellschaftlichen Kräften sehr ungleich verteilt; weil die gesellschaftlichen Kontrollgremien nicht diese Einflußchancen, sondern die gesellschaftliche Gliederung widerspiegeln sollen, wird hier eine Differenz zu den politischen Machtverhältnissen sichtbar werden müssen. Diese Differenz zu sichern, dürfte jedoch schon schwierig genug sein. Eine Umkehrung der Verhältnisse zu schaffen, ist weder nötig noch realisierbar.

Während diese Überlegungen für zwar organisierte, aber relativ machtlose Interessengruppen gelten, ist weiterhin zu bedenken, daß es auch nicht organisierte Interessen gibt. Wenn im Gegensatz zur klassischen Pluralismustheorie davon ausgegangen werden muß, daß nicht alle Interessen organisierbar oder jedenfalls nicht organisiert sind, dann bedeutet dies, daß ein Teil der gesellschaftlichen Gruppierungen mit ihren Interessen bei einer derartigen Konstruktion gesellschaftlicher Kontrolle kaum vertreten ist. Dies gilt besonders für Gruppen, die sich durch personenbezogene Kategorien wie Armut, Alter und Krankheit und nicht durch ihre Bedeutung im gesellschaftlichen Leistungszusammenhang definieren. Aber auch allgemeine Interessen wie Gesundheit, Umweltschutz, etc. sind kaum zu repräsentieren¹⁶. Bei letzteren handelt es sich "um die Differenz zwischen den durch die relevanten Gruppen vertretenen Interessen, Werten und Denkmustern, und dem, was über den dadurch abgesteckten Raum der Interessen hinausgreift und für das Allgemeininteresse im Blick auf die Zukunft relevant und förderlich sein könnte. Dieser Bereich des vom organisierten Interessenskonsensus nicht Erfassten kann durch Organisationen nicht vertreten

werden. Dennoch wäre es eine Verarmung und Verkürzung der geistigen Auseinandersetzung, wenn Interessen, Ideen und Denkrichtungen, die organisatorisch nicht durch Gruppen abgestützt werden, aus dem freien Kommunikationsprozeß verbannt blieben, weil sie nicht organisiert bzw. zugelassen sind. ... Im Interesse der die gesellschaftliche Entwicklung fördernden Freiheit des Geistes, im Interesse einer Bereicherung, Vertiefung und Erweiterung des Kommunikationsprozesses (muß) auch institutionell eine Vorkehrung getroffen werden, durch die jene das bestehende Interessengefüge transzendierende Dimension des Kommunikationsbereichs geschützt und erhalten werden kann"¹⁷.

Nun ist die Institutionalisierung des Nicht-Organisierbaren ausgesprochen schwierig. Sie ist letztlich nur möglich durch den Rückgriff auf die Handlungssysteme transzendierende "Persönlichkeit", von der erhofft werden kann, daß sie die jeweilige Rolle als Gruppenvertreter überschreitet und allgemeine, nicht nur organisationsspezifische Erfahrungen und Interessen einbringt. Folgerichtig schlägt denn auch K.Sontheimer¹⁸ die Einbeziehung von unabhängigen Persönlichkeiten in die Kontrollgremien vor, die primär solchen Allgemeininteressen verpflichtet sein sollten. Diese könnten aber auch eingebracht werden, wenn die Mitglieder der Kontrollgremien - oder wenigstens ein Teil von ihnen - sich nicht nur als Interessenvertreter der sie entsendenden Gruppen, sondern auch als "Persönlichkeiten" verstehen würden, die treuhänderisch für die Gesamtgesellschaft das Aufsichtsamt über das öffentlich-rechtliche Medium wahrnehmen und dabei anwaltschaftlich auch die Interessen der Gruppen wahrnehmen, die nicht in den Gremien vertreten sind. Dies ist auch eine Aufgabe für die Kirchen im Rundfunk, die ihr Selbstverständnis entsprechend formuliert haben.

"Gerade in den rundfunkpolitischen Auseinandersetzungen

der Nachkriegszeit bewies die Kirche dabei, daß es ihr im Verlauf der Konflikte immer weniger darum ging, die eigenen Belange oder Forderungen in den Vordergrund zu rücken. Nicht die Wahrung bzw. die Ausweitung ihrer eigenen, zwar berechtigten, aber doch separat auf die Kirche als gesellschaftliche(gramm.korr.; B.L.) Gruppe bezogenen Interessen, sondern die Entwicklung der demokratischen Gesellschaft, abhängig von der Möglichkeit einer freien Meinungsbildung und der dafür notwendigen Organisation der technischen Mittel der sozialen Kommunikation, hatte für sie zunehmend Priorität.¹⁹ Allerdings gehen die Ansichten darüber auseinander, in wieweit diese Position in der praktischen Gremienarbeit realisiert wird.²⁰

Notwendig ist eine solche anwaltschaftliche Wahrnehmung der Kontrolle deshalb, weil die Gesellschaft in all ihren Gliederungen und Schattierungen niemals vollständig in einem Kontrollgremium nachgebildet werden kann und es deswegen Gruppen und Meinungen gibt, die sich dort nicht personell repräsentiert finden. Damit sind sie aber nicht von vorneherein von der öffentlichen Kommunikation mittels Rundfunk ausgeschlossen, denn dieser steht nicht im Dienste der im Rundfunkrat vertretenen Gruppen, sondern der Gesamtgesellschaft. Wenngleich die Kontrollgremien nicht für die Produktion des Programms zuständig sind, sondern nur über die Erfüllung der Programmgrundsätze zu wachen haben, so sind die an der Kontrolle nicht beteiligten Gruppen aber doch insofern benachteiligt, als sie nicht gegen die Vernachlässigung ihrer Interessen in den Gremien direkt protestieren können.

Ein anderes Problem ist angesichts gesellschaftlicher Veränderungen der statische Charakter dieses Modells. Anpassungen und Gremienzusammensetzung an veränderte Verhältnisse sind angesichts der hohen Machtsensibilität äußerst schwierig, verstärkt noch durch ein umständliches

Gesetzgebungsverfahren. Deswegen findet de facto keine Umbildung statt und die Gremien repräsentieren eine vergangene Gesellschaft.²¹

Eine gewisse Flexibilität könnte durch ein einfaches Aufnahmeverfahren erreicht werden, bei dem die Gremien selbst eine festgelegte Zahl von Repräsentanten relevant gewordener Gruppen zuwählen. Dieses Verfahren ist natürlich parteipolitisch manipulierbar, zumindest wenn das Gremium selbst parteipolitisch beherrscht ist. Zugewählte Gruppen haben eine "Patronatspartei", die Wohlverhalten fordern und auch erzwingen kann, da andernfalls in der nächsten Periode die Zuwahl in Frage gestellt ist.

Einen Beitrag zu einer Verbesserung der gesellschaftlichen Kontrolle könnte auch die Öffentlichkeit der Sitzungen leisten. Man kann es durchaus als "pervers" bezeichnen, wenn die öffentliche Kontrolle bei fast allen Sendern im geheimen vor sich geht. Eine Berichterstattung über die Gremienarbeit könnte die Kontrolle selbst ein wenig der "gesellschaftlichen Kontrolle" unterziehen.

6.2.2 Die Organisation der gesellschaftlichen Kontrolle

Die innere Struktur der Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland ist dreigliedrig mit den Organen Intendant, Verwaltungsrat, Rundfunkrat. Der Intendant leitet die Anstalt und vertritt sie nach außen. Er ist für die Programmgestaltung verantwortlich. Dabei ist er an die gesetzlich festgelegte Aufgabe des Rundfunks und die Programmgrundsätze gebunden. Er wird in der Regel vom Rundfunkrat gewählt.

Der Rundfunkrat ist die Vertretung der "Öffentlichkeit", d.h. der Allgemeinheit. In ihm konkretisiert sich die gesellschaftliche Kontrolle. "Ihm obliegen Überwachungs- und Beratungsfunktionen vornehmlich in Bezug auf die

Programmgestaltung."²²

Daneben gibt es den Verwaltungsrat, der ganz oder teilweise vom Rundfunkrat gewählt wird. Er kontrolliert die Geschäftsführung; seine Aufgaben erstrecken sich auf die wirtschaftliche, technische und organisatorische Seite. Durch die Finanzkontrolle wird er aber faktisch Hauptkontrollinstanz.

Insgesamt haben die Gremien also Einfluß auf das Programm durch Beratung und Überwachung im Rundfunkrat, Einfluß auf Personalentscheidungen durch die Notwendigkeit der Zustimmung des Verwaltungsrates zumindest bei höherrangigen Stellen und Einfluß auf die Finanzentscheidungen durch die Festlegung des Haushaltsplans.

Für die Besetzung der Kontrollgremien gibt es im wesentlichen zwei Grundmuster und einige Mischtypen. Im "pluralistischen" oder "ständischen" Modell ernennen die "be-deutsamen Kräfte und Gruppen" selbst ihre Vertreter. Im "staatlich-politischen" Modell wird der Rundfunkrat vom Parlament gewählt und spiegelt dessen Kräfteverhältnis wider;²³ teilweise werden auch Mitglieder von der Exekutive entsandt. Die Interessen anderer Gruppierungen in der Gesellschaft sind dabei letztlich nur dann repräsentiert, wenn sie selbst in den Parteien vertreten sind.

Das staatlich-politische Modell dürfte kaum dem Gebot der Staatsfreiheit genügen.²⁴

Auch beim ständischen Modell bleibt die Bestimmung der relevanten Gruppen, die in den Gremien einen Sitz erhalten, Aufgabe des Parlaments. Eine andere Instanz ist dafür auch nicht denkbar. Parteipolitische Strategie spielt also bereits bei der Zusammensetzung der Gremien eine Rolle.

Insgesamt kann festgestellt werden, daß gesellschaftliche Kontrolle die Repräsentierung der verschiedenen gesellschaftlichen Kräfte in den Aufsichtsgremien und im Programm sicher nur in einer sehr groben Annäherung mit vielen Defiziten sicherstellen kann. Die wichtigsten Gruppen und Positionen dürften aber vertreten sein. Dabei ist positiv festzuhalten, daß die Zugangschance unabhängig von der Finanzkraft einer Gruppe ist, und somit eine erhebliche strukturelle Verzerrung beseitigt wird. Eine Leistungsbeurteilung sollte sich aber nicht allein an den Problemen dieses Verfahrens festmachen, sondern muß die Leistungsfähigkeit im Vergleich zum konkurrierenden privatwirtschaftlichen Modell feststellen.²⁵

6.3 Einfluß der Parteien

Im Rahmen der gesellschaftlichen Kontrolle des Rundfunks und der Zusammensetzung der Aufsichtsgremien wie auch in Zusammenhang mit dem Gebot der Staatsfreiheit, ist als spezielles Problem die Rolle der Parteien zu diskutieren.²⁶ Dabei ist die Feststellung zu überprüfen, die Parteien hätten - vorsichtig formuliert - einen unangemessen großen Einfluß auf die Rundfunkanstalten, wodurch eine Sichtweise, die alles unter parteipolitischen Gesichtspunkten erfaßt, vorherrsche und außerdem die Staatsfreiheit gefährdet würde.

6.3.1 Ansatzpunkte des Parteieinflusses

Parteien können auf verschiedenen Wegen Einfluß auf den Rundfunk nehmen.

Im wesentlichen gehört dazu die Beteiligung der Parteien an der medienpolitischen Diskussion und Rechtsetzung, über die die Parteien die Struktur der Massenkommunikation direkt bestimmen können, sofern sie nicht an ver-

fassungsrechtliche Schranken stoßen. Als wesentliche Träger der politischen Willensbildung bestimmen sie, zumal als Mehrheitspartei, entscheidend, wie die Ordnungsfunktion des Staates für die Massenkommunikation wahrgenommen wird. Diese Mitwirkung an der politischen Willensbildung ist ihre Aufgabe und - insofern Medienpolitik als notwendig oder zumindest zulässig angesehen wird - auch in Bezug auf die Medienpolitik legitim. Allerdings läßt diese Möglichkeit zu Mißbrauch ein. Medienpolitik kann statt unter dem Gesichtspunkt der optimalen Kommunikationsmöglichkeiten für den einzelnen und die Gesellschaft auch mit dem Interesse betrieben werden, eine für die jeweilige Partei vorteilhafte Struktur der Massenkommunikation zu realisieren. Ein guter Teil der gegenwärtigen medienpolitischen Diskussion kann unter diesem Gesichtspunkt verstanden werden. Diese politische Stellung und Potenz der Parteien läßt sich in Pressuren auf Rundfunkanstalten - "parteiliches" Wohlverhalten der Rundfunkanstalten gegen anstaltsfreundliche Medienpolitik - umsetzen, so daß die Chance, auf diese Weise Einfluß auf das Programm zu nehmen, als durchaus gegeben erscheint.

Die zweite wesentliche Einflußmöglichkeit ergibt sich aus der Vertretung der Parteien in den Aufsichtsgremien. Die Beteiligung der Parteien an der gesellschaftlichen Kontrolle des Rundfunks ist zweifellos berechtigt. Sie stellen eine relevante Kraft der Gesellschaft dar, allerdings nur eine unter vielen anderen. Aber die Parteien beherrschen die Aufsichtsgremien. Dies gilt fast selbstverständlich für die staatlich-politische Organisationsform, bei der die Aufsichtsgremien durch das Parlament berufen werden. Sie stellen dementsprechend ein Spiegelbild der parlamentarischen Machtverhältnisse dar.²⁷ Auch wenn bei diesem Verfahren nicht alle Vertreter in den Aufsichtsgremien eingeschriebene Parteimitglieder sein müssen, so werden die Parteien doch nur Kandidaten vor-

schlagen und wählen, auf deren Loyalität sie vertrauen können.²⁸ Aber nicht nur in parlamentarisch besetzten, sondern "in allen Rundfunkaufsichtsorganen (Rundfunk- und Verwaltungsräte) geben Parteipolitiker, Mitglieder der Legislative wie der Exekutive, den Ton an, gibt es - kleine Ausnahmen bestätigen die Regel - auch bei formal ständischer Zusammensetzung parteipolitisch dominierte Fraktionen, denen sich auch die Vertreter parteipolitisch unverdächtigter gesellschaftlich relevanter Gruppen bis auf den letzten Mann zuordnen lassen".²⁹ Um die Parteien gruppieren sich "Freundeskreise", so daß auch bei einer zahlenmäßigen Minderheit der Parteien in den Aufsichtsorganen schließlich doch die parteipolitischen Positionen, Frontstellungen und Interessen dominieren.

6.3.2 Folgen des Parteieinflusses

Wenn man von der Dominanz der Parteien in den Aufsichtsgremien - oder gar von deren Monopolisierung - spricht, muß man allerdings bedenken, was es bedeutet, daß die Parteien in der Regel nicht eine Gruppe darstellen, daß sie nicht parallele, sondern konfligierende Interessen vertreten. Insofern ist zunächst einmal davon auszugehen, daß sich die Parteieneinflüsse überwiegend neutralisieren, so daß auf diese Weise eine Mäßigung der Einwirkung auf den Rundfunk stattfindet. Insbesondere das zentrale Interesse, mittels der Massenmedien Menschen zugunsten der eigenen Partei zu beeinflussen, dürfte sich gegenseitig aufheben. Allerdings gibt es auch Bereiche, wo ihre Interessen sich decken, wo die Parteien aufgrund ihrer gemeinsamen Eigenschaft "Partei zu sein", gemeinsame Interessen verfolgen und tatsächlich wie eine Gruppe agieren. Gemeinsam ist den Parteien das Bestreben, "Einflußbereiche proportional unter sich aufzuteilen"³⁰.

Dies gilt zum einen für die Personalpolitik. "Der Personalproporz, bis dahin eine Zielvorstellung für den oberen Teil der Hierarchien in Funkhäusern, wird nach 'unten' ausgeweitet. Verschärfend wirkt sich aus, daß die Parteien insgesamt Ansprüche anmelden und überdies zwischen den Parteien um einzelne Positionen gestritten wird. Um Ansprüche auszugleichen, die bei der Personallage eines Senders offenbleiben müssen, werden funkhausübergreifende 'Personalpakete' geschnürt. Dies geschieht freilich inoffiziell, die formale 'Zuständigkeit' für Personalentscheidungen verbleibt stets bei den Anstalten."³¹

Die Folge dieses Personalproporzes ist, daß für die Besetzung von Positionen die sachlichen Qualifikationen in den Hintergrund treten, und auch die Entscheidungen in solcherart besetzten Positionen aller Erfahrung nach nicht allein von den sachlichen Gesichtspunkten der Aufgabenerfüllung des Rundfunks bestimmt sind, sondern auch von den Interessen der jeweils zugehörigen Partei. "Durch diese Praxis werden journalistische Rollen parteipolitisch kontrollierbar. Die Rollen als Parteimitglied oder als Partesympathisant unterliegen den Parteierwartungen, also journalismusexternen Erwartungen. Sie drohen jedoch zu journalistischen Erwartungen zu werden und somit die Autonomie des Journalismus zu unterlaufen, da kein formaler Arbeitsgang vorgesehen ist, der den Rollenverbund 'Mitglied bzw. Vertrauter einer politischen Partei' und 'Rundfunkjournalist' gleichzeitig kontrollieren kann."³² Die Vermischung dieser Rollen ist deswegen so leicht, weil Journalismusrollen nicht eindeutig definiert sind und die Qualität journalistischer Leistungen kaum präzise intersubjektiv beurteilt werden kann. Wenn sich trefflich streiten läßt, was guter Journalismus ist und wenn die Urteile über konkrete journalistische Leistungen auseinandergehen können, dann wird sich auch immer eine sachliche Begründung vorschieben lassen, wenn ein Bewerber eine Stelle

erhalten hat, gleichgültig ob sie in Wirklichkeit zum Tragen gekommen ist oder nicht.³³ "Das macht es relativ einfach, einen Mitarbeiter aufzuwerten, der in ein den Parteien oder nur den Mächtigsten unter ihnen genehmes Tableau paßt und die Qualifikation anderer geringer zu veranschlagen."³⁴

Vom Personalproporz sind Auswirkungen auf das Programm zu erwarten: Niveauverlust, da das Kriterium "Qualifikation" an Bedeutung verliert, und Rücksichtnahme auf Parteiinteressen. "Es liegt auf der Hand, wie ein solches Klima die journalistische und redaktionelle Unabhängigkeit ins Mark trifft. Die parteipolitische Einflußnahme auf die gesamte innere Struktur der Anstalten läßt einen Teil der Funk- und Fernsehjournalisten gar keine Journalisten mehr sein, sondern Parteigänger und Ideologen. Wenn der Zugang zu einem Sender von einer Parteizentrale her geöffnet wird, ist die wirtschaftliche und berufliche Absicherung entsprechend. Umso schwieriger ist es für unabhängige, fachlich qualifizierte Mitarbeiter geworden, sich zu behaupten und durchzusetzen."³⁵

Neben dem Personalproporz streben die Parteien zum anderen auch direkt den Programmproporz an. "Zu einem zentralen Begriff in der Auseinandersetzung um Personal und Programm wird die Vokabel von der Ausgewogenheit. ... Bezogen auf den Parteieinfluß bedeutet die Debatte um Ausgewogenheit die Übertragung des Proporzgedankens von Personal- auf Programmfragen."³⁶

Ausgewogenheit zwischen den Parteien - als Gegenstück einer einseitigen "Partei"nahme - kann sicher als wünschenswert betrachtet werden.³⁷ Die Gefahr besteht jedoch, daß angesichts einer solchen Fixierung allein auf das Kriterium "Ausgewogenheit" brisante Themen aus Angst vor Protesten und stärkeren Restriktionen tabuisiert werden. Problematischer noch scheint mir, daß bei Ausgewogen-

heit immer nur die Parteien bedacht werden. Eine parteipolitisch ausgewogene Sendung kann im höchsten Grade einseitig sein, weil Parteien nur eine Seite unserer Gesellschaft repräsentieren. Programmproporz zwischen den Parteien bedeutet letztlich eine "parteiliche Ausgewogenheit": "Die Beschränkung der Wirklichkeit auf diejenige Bandbreite, die von den Parteien insgesamt abgedeckt wird."³⁸ Dies ist der eigentliche Kern des Problems, das durch die Dominanz der Parteien im Rundfunk verursacht ist. Gesellschaft wird nur noch unter politischen und hier noch einmal eingeengt unter parteipolitischen Gesichtspunkten gesehen: "Parteien haben nämlich die Tendenz, alle Bereiche der Gesellschaft in denen sie tätig werden, zu politisieren; was zu einer Überfremdung des jeweiligen Sachbereichs durch von außen herangetragene politische Gesichtspunkte führen kann. Kümmern sie sich etwa um den kulturellen Teil des Programms, so ordnen sie diesen Kommunikationsbereich in ein von der Partei entwickeltes Bezugssystem ein, das in der Regel der Freiheit und relativen Eigenständigkeit eines solchen Teilsystems 'Kultur' nicht gerecht wird."³⁹

6.3.3 Ursachen der Dominanz der Parteien

Unbeantwortet geblieben ist bisher noch die Frage nach den Ursachen für den großen Parteieneinfluß. K.Sontheimer nennt drei Gründe⁴⁰:

1. Die Vertreter der gesellschaftlichen Gruppen nehmen in der Regel nur eingeengte Interessen wahr und sind nur sehr begrenzt in der Lage, ein allgemeines Interesse zu vertreten. Sie ordnen sich dementsprechend - wenn nicht ihre speziellen Interessen betroffen sind - in Fragen der allgemeinen Politik einer Partei zu.
2. Die Fraktionsdisziplin der Parteien sorgt dafür, daß sie feste "Kerne" bilden, an die sich dann "Freundeskreise"

anlagern.

3. Die Gruppen außerhalb der Parteien sind viel zu heterogen, als daß sie ein wirksames Gegengewicht bilden könnten.

"Versuche, die parteipolitisch weniger festgelegten Gruppenvertreter zu mobilisieren und zu organisieren, wie sie hie und da insbesondere von seiten der kirchlichen Repräsentanten unternommen worden sind, können bei der gegenwärtigen Organisationsstruktur höchstens ausnahmsweise Erfolg haben."⁴¹

Daneben ist auch noch auf die oft mangelnde Qualifikation der Gremienvertreter hinzuweisen, die nicht zuletzt auf die Fülle anderer Ämter zurückzuführen ist, die sie als Spitzenfunktionäre meist inne haben.⁴²

Parteieneinfluß ließe sich vermutlich selbst dann nicht verhindern, wenn die Parteien überhaupt nicht in den Rundfunkräten vertreten wären. "Die totale Ausschaltung parteipolitischer Orientierungen aus Rundfunkräten ist eine Illusion. Die Parteien halten in der Organisation unserer Gesellschaft als die maßgeblichen politischen Gruppen eine so dominierende Stellung, daß es nur wenige Themen von gesellschaftlicher Relevanz gibt, die nicht in den Gesichtskreis ihrer Observierung und ihres Interesses fallen. Fast alle Konflikte, die man innerhalb der Auseinandersetzung über das Programm und die Arbeitsverhältnisse in den Anstalten für möglich und denkbar hält, lassen sich vorhandenen parteipolitischen Perspektiven zuordnen."⁴³ Weil die wesentlichen Bereiche gesellschaftlicher Auseinandersetzung durch Parteiauffassungen geprägt sind, weil gesellschaftliche Gruppen - oder doch wenigstens ihre Vertreter - einer Partei näherstehen bzw. umgekehrt auch die politischen Parteien jeweils Affinitäten zu bestimmten gesellschaftlichen Gruppen haben und von ihnen in starkem Maße getragen werden, wäre eine parteipolitisch orientierte Gruppenbildung auch ohne Parteien-

vertreter zu erwarten. "Findet in der Gesamtgesellschaft eine politische Polarisierung statt, dann wäre die Annahme naiv, daß sie sich auf die Parteien beschränkt. Sie ergreift vielmehr alle in irgendeiner Weise politikbezogenen Lebensbereiche und damit naturgemäß auch die gesellschaftlich relevanten Gruppen, die eine vorgegebene Polarisierungs-Neigung in die eine oder die andere Richtung haben."⁴⁴

6.3.4 Folgerungen

Eine Eliminierung des Einflusses der Parteien ist also weder möglich noch wünschenswert, wenn man sie als entscheidende Träger der Meinungs- und Willensbildung versteht. Parteien haben immerhin vor anderen Interessengruppen den Vorzug, daß sie der Idee nach nicht Partikularinteressen, sondern gesamtgesellschaftliche Belange verfolgen, also am Gemeinwohl orientiert sind oder wenigstens sein sollten, daß sie verschiedene Gruppierungen vertreten, daß ihr innerer Aufbau in höherem Maße demokratisch ist, als der der meisten anderen Gruppen, daß sie sich Wahlen stellen müssen und daß sie verfassungsrechtlich beauftragt sind, an der Willensbildung mitzuwirken.⁴⁵ Dennoch ist es wichtig, den Parteieneinfluß so zu begrenzen, daß parteipolitische Denkmuster nicht alle anderen Gesichtspunkte verdrängen und es möglich wird, "den durch die Parteien oft verengt abgesteckten Horizont der Meinungsbildung zu transzendieren".⁴⁶ Dazu wäre es sicher sinnvoll, den Anteil der Parteienvertreter in den Rundfunkgremien zu reduzieren - auch wenn der begrenzte Effekt dieser Maßnahme gesehen werden muß -, was den anderen Gruppen zumindest eine Chance gibt, ein Klima zu schaffen, "in dem nicht alle Fragen entsprechend den parteipolitischen Positionen entschieden werden".⁴⁷ Hilfreich und auch aus anderen Gründen sinnvoll wäre, wie schon dargelegt, die Öffentlichkeit der Gremiensitzungen.

Allzu ungehemmte Machtansprüche könnten auf diese Weise vielleicht gezügelt, jedenfalls politische Eingriffe deutlicher werden. Informationen über Prozesse hinter den schönen "Kulissen" von Fernsehen und Hörfunk wären außerdem ein Stück Medienpädagogik, das dazu beitragen könnte, Programme und Programmgestaltung besser zu verstehen.

Abschließend läßt sich feststellen, daß die Parteien mehr Einfluß auf das öffentlich-rechtliche Mediensystem gewonnen haben, als für die freie gesellschaftliche Kommunikation gut ist. Es besteht vor allem die Gefahr, daß von der vielfältigen Gliederung der Gesellschaft in den Aufsichtsgremien des Rundfunks und schließlich im Programm nur noch die Polarität der Parteien in Augenschein tritt. Man muß aber auch erkennen, daß die Parteien in unserer Gesellschaft eine große Rolle spielen und dementsprechend kaum erwartet werden kann, daß sich dies ausgerechnet im Rundfunksystem nicht zeigen sollte. Trotzdem muß alles unternommen werden, um den Einfluß der Parteien auf ein angemessenes Niveau zu begrenzen und so den Rundfunk allen gesellschaftlichen Gruppen zugänglich zu machen.

Andererseits darf die Parteiendominanz auch nicht überdramatisiert werden. Parteienherrschaft ist sicher der Parteiheerrschaft vorzuziehen. Parteienproporz ist besser als die Beherrschung des Rundfunks durch eine Partei oder durch eine gesellschaftliche Gruppe, seien es Gewerkschaften, Arbeitgeber oder Kirchen. In einem System gesellschaftlicher Kontrolle besteht sicherlich immer die Gefahr, daß eine der kontrollierenden Kräfte ein Übergewicht gewinnt und die anderen in den Hintergrund drängt. Dies alles legitimiert nicht proportionale Parteiendominanz im Rundfunk. Aber angesichts der Tatsache, daß ein herrschaftsfreies Mediensystem zwar ideales Postulat, aber allerhöchstens asymptotisch zu verwirklichen ist, kann

Parteiherrschaft nicht nur verurteilt, sondern muß gegen andere "Herrschaften" abgewogen werden - innerhalb und außerhalb des öffentlich-rechtlichen Systems. Parteiendominanz ist abzubauen, aber nicht zugunsten der Dominanz anderer Gruppen, die möglicherweise noch weniger kontrollierbar und weniger legitimiert sind.

6.4 Staatsfreiheit

Das Massenkommunikationssystem darf nicht vom Staat beherrscht werden, denn politische Herrschaft muß - das ist Bedingung der Freiheit, der Demokratie und der vernünftigen Entscheidungsfindung - der Kritik ausgesetzt werden dürfen und ausgesetzt sein.

Es ist nun zu fragen, ob das öffentlich-rechtliche System diesem Anspruch **genügt** oder ob es aufgrund seiner Konstruktion Bezüge zum Staat aufweist, die die Unabhängigkeit in Frage stellen. Von dieser Gefahr muß man bei einem Mediensystem ausgehen, das nicht auf einem liberalistischen, sondern einem sozialstaatlichen Grundrechtsverständnis aufbaut. Vor einer Beantwortung dieser Frage muß überlegt werden, wer oder was "der Staat" genauer ist.

6.4.1 Die "Gubernative" als kritische Einwirkungsinstanz

Man kann den Staat - wie im klassischen Verständnis - als juristische Person und damit als Einheit verstehen. Man kann aber auch den Staat als Organisation verstehen und dabei den Blick auf die interne Organisation und die internen Prozesse richten.⁴⁸ Dabei wird deutlich, daß die Einflußwahrscheinlichkeiten und -möglichkeiten nicht gleichmäßig über die Staatsorganisation verteilt sind. Das Einflußinteresse wird umso größer sein, je mehr das staatliche Organ Kommunikatorinteressen vertritt. Weiterhin wird erkennbar, daß die Einwirkungen verschiedener

staatlicher Stellen nicht parallel laufen müssen, teilweise sogar konträr sein können, wenngleich eine partielle Interessenidentität aufgrund der gemeinsamen Qualität "Staat" angenommen werden muß. Jedenfalls kann allein schon wegen der differierenden Zielrichtung davon ausgegangen werden, daß der resultierende Einfluß geringer ist als die Summe der Einflußnahmen. Damit ist auch deutlich, daß die Abhängigkeit umso geringer ist, je weniger die Einflußmöglichkeiten auf das Öffentlich-rechtliche Mediensystem bei einem Organ konzentriert sind.⁴⁹

Als kritische Einwirkungsinstanz nennt H.D.Jarass einen Komplex, der sich als "Gubernative" bezeichnen läßt. Dazu zählt er die Regierung, die Parlamentsmehrheit, die die Regierung stützt, und die Regierungsparteien. Zwischen ihnen besteht eine enge Verknüpfung und sie bestimmen die entscheidenden Weichenstellungen der politischen Entwicklung.⁵⁰

"Von diesem Komplex hebt sich organisatorisch und vor allem im Hinblick auf die Interessenlage die Opposition ab, wenn auch nicht zu verkennen ist, daß sie von der Parlamentsmehrheit nicht völlig abgetrennt ist. ... Ihre institutionelle Stellung ist überwiegend die eines Gegengewichts zur Regierung bzw. zur Mehrheitsfraktion. Sie bildet in gewissem Maße den Vertreter der Öffentlichkeit im Parlament."⁵¹ Bei Mehr-Länder-Rundfunkanstalten mit unterschiedlichen Regierungs- und Oppositionsverhältnissen in den einzelnen Ländern kann allerdings die Unterscheidung von Regierung und Opposition unmöglich werden. Unabhängig von der Gubernative sind andere staatliche bzw. öffentlich-rechtliche Instanzen wie Gemeinden, Gerichte, Universitäten, Religionsgemeinschaften, Rechnungshöfe, Landeszentralbanken etc., deren Einwirkungen auf den Rundfunk relativ gering sind.

"Insgesamt zerfällt die staatliche Einflußnahme auf den

Rundfunk in die Einwirkung einer Vielzahl selbständiger Einrichtungen. Keine dieser Einrichtungen ist unter den gegenwärtigen Verhältnissen in der Lage, mit den ihr gegebenen Möglichkeiten gewichtigen Einfluß auf den Rundfunk zu nehmen. Einzig bei der Gubernative ist das zweifelhaft. Zudem erwies sich ihr Einfluß auf die Medien als speziell bedenklich, weil dies der Opposition die Erfüllung ihrer verfassungsgemäßen Aufgabe erschwert oder gar unmöglich macht. Wir können uns daher im folgenden auf die Gubernative beschränken."⁵²

6.4.2 Formen der Einflußnahme

Die Einflußnahme der Gubernative auf den Rundfunk kann sehr vielfältig sein. Von Bedeutung in unserem Zusammenhang sind allerdings nur solche Formen, die direkt oder indirekt das Programm beeinflussen. Die wichtigsten sollen kurz dargestellt werden.⁵³

6.4.2.1 Festsetzung organisatorischer Vorgaben

Vor allem bestehen Einflußmöglichkeiten des Staates durch die Festlegung und Änderung organisatorischer Vorgaben. Wenn Freiheitsrechte nicht nur abwehrrechtlich, sondern auch als Auftrag an den Gesetzgeber zu verstehen sind, ist ihm notwendig die Schaffung von Strukturen aufgegeben, in denen sich ein Freiheitsrecht erst realisieren kann. Insofern sind strukturelle Vorgaben unvermeidlich, denn auch der Verzicht auf jede Tätigkeit des Staates in diesem Bereich ist letztlich de facto eine Entscheidung zugunsten einer Struktur, deren Herausbildung vorhersehbar ist und deren Entwicklung toleriert wird. Organisatorische Vorgaben betreffen nicht direkt das Programm; mittelbar ist trotzdem bei einem Teil der Maßnahmen eine Auswirkung auf den Inhalt zu erwarten.⁵⁴ Weil aber die inhaltlichen Wirkungen organisatorischer Verän-

derungen nicht problemlos zu kalkulieren sind, ist auch die Einflußnahme auf diesem Weg nicht so einfach möglich. Sie ist darüber hinaus dann noch erschwert, wenn die Verfahren zur Bestimmung organisatorischer Strukturen genau geregelt, schwerfällig und öffentlich sind, wie es beim parlamentarischen Gesetzgebungsverfahren der Fall ist. Eher besitzt die Regierung Möglichkeiten der Einflußnahme, wenn organisatorische Entscheidungen in ihre Kompetenz fallen. Wenn die Rundfunkanstalt in für sie wichtigen Fragen auf das Wohlwollen der Regierung angewiesen ist, ist die Möglichkeit der Selbstzensur nicht auszuschließen.

In diesen Zusammenhang gehört auch die gesetzliche Festlegung der Struktur der Aufsichtsgremien. Im Rahmen dieser Ordnungsaufgabe kann sich die Gubernative selbst Plätze einräumen, aber auch "verbündete Verbände" protegieren.⁵⁵

6.4.2.2 Vertretung des Staates in den Rundfunkgremien

In fast allen Kontrollgremien sitzen Regierungsmitglieder oder von ihnen beauftragte Vertreter, in fast allen Kontrollgremien sitzen Vertreter der Regierungsfaktionen, in allen Kontrollgremien sitzen Vertreter der Regierungsparteien. Eine Vertretung des Staates in den Kontrollgremien erscheint durchaus akzeptabel, sie muß sich allerdings in einer Größenordnung bewegen, die ausschließt, daß er das Kontrollgremium beherrscht.⁵⁶ Beherrschung ist auch in einer starken Minderheitsposition möglich, denn "die Lage ist ähnlich wie bei einem Großaktionär einer Aktiengesellschaft, deren sonstige Anteile im Streubesitz liegen".⁵⁷

In aller Pauschalität kann davon ausgegangen werden, daß der Einfluß des Staates in der Regel hoch ist. Dies gilt insbesondere für die parlamentarisch besetzten Gremien.

6.4.2.3 Rechtsaufsicht und Finanzkontrolle

Mit Ausnahme des Hessischen Rundfunks, bei dem sie ausdrücklich ausgeschlossen ist, unterliegen alle Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland der staatlichen Aufsicht. Der Grad der Einflußmöglichkeit hängt vom Umfang und von der Ausgestaltung der Aufsicht ab. Es besteht Einigkeit darüber, daß eine Fachaufsicht mit der Medienfreiheit nicht vereinbar ist, und auch eine Rechtsaufsicht nur in beschränktem Maße zulässig ist.⁵⁸ Der kritische Punkt liegt dort, wo durch Aufsichtsmaßnahmen direkt oder indirekt ein kalkulierbarer Einfluß auf die Programmgestaltung genommen werden kann. Der Feststellung ist zuzustimmen, "daß eine Rechtsaufsicht besonders problematisch wird, wenn sie zum einen direkt auf Programminhalte bezogen ist, zum anderen an unpräzisen Maßstäben ausgerichtet wird. Dies läßt die Aufsicht über die Programmgrundsätze in den Mittelpunkt des Interesses rücken. Damit sind die in den Rundfunkgesetzen in unterschiedlichem Umfang enthaltenen Regelungen zur inhaltlichen Gestaltung des Programms gemeint. Sie sind regelmäßig wenig präzise und können es wohl auch nicht sein. Eine darauf bezogene Rechtsaufsicht ist deshalb einer Fachaufsicht recht ähnlich."⁵⁹

Wegen des großen Interpretations- und Ermessensspielraums muß also eine direkte Kontrolle der Einhaltung der Programmgrundsätze, die ja die Beteiligung an den Aufgaben des Rundfunkrates bedeuten würde, abgelehnt werden.

Neben der Rechtsaufsicht unterliegen die Rundfunkanstalten einer Finanzkontrolle durch die Rechnungshöfe, die sich entweder nur auf die Jahresrechnung oder auf die gesamte Haushalts- und Wirtschaftsführung erstreckt. Insofern die Rechnungshöfe unabhängig von der Gubernative sind, ist von der Finanzkontrolle keine Beeinträchtigung der Staatsunabhängigkeit der Rundfunkanstalten zu befürchten.

6.5 Wirtschaftliche Grundlagen und Probleme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Die öffentlich-rechtliche Organisationsform erfordert eine entsprechende wirtschaftliche Struktur, damit die Realisierung der Zielsetzungen und Ansprüche dieses Ordnungsmodells nicht von vorneherein durch ökonomische Zwänge unmöglich gemacht wird.

6.5.1 Zielsetzung öffentlich-rechtlichen Wirtschaftens

Als Grundprinzip öffentlich-rechtlichen Wirtschaftens läßt sich formulieren: "Unter Beachtung des Wirtschaftlichkeitsprinzips ist die Erfüllung der jeweiligen gesellschaftlichen Aufgabe oberstes Betriebsziel der öffentlich-rechtlichen Anstalt. ... Das Wirtschaftlichkeitsstreben ist bei öffentlich-rechtlichen Anstalten nur Mittel zum Zweck, es darf nicht Selbstzweck werden, sondern muß immer der öffentlichen Aufgabe untergeordnet sein."⁶⁰ Eine Kosten-Nutzen-Analyse beim Rundfunk, die sich ausschließlich am Publikumserfolg oder an monetären Größen orientiert, steht dazu in Widerspruch. Rundfunk wird als öffentliches Gut verstanden im Sinne einer Infrastruktur für gesellschaftliche Kommunikation. "Man muß den Rundfunk wie das Bildungs- und Gesundheitswesen zum Bereich der Sozialinvestitionen zählen, die instrumentellen Charakter haben und im Dienst übergeordneter Ziele der Gesellschaftspolitik wie Gerechtigkeit, Freiheit und Chancengleichheit im Falle des Rundfunks aber auch im Dienste von Zielen z.B. des politischen Systems wie Schaffung von Publizität für politische Entscheidungen, Aufbau von Loyalitäten etc. stehen."⁶¹

Weil diese Ziele in ökonomischen Größen nicht zu bewerten sind, läßt sich auch die Wirtschaftlichkeit des Rundfunks generell wie die einzelner Produktionen nicht "berechnen".

Das gilt für alle Sparten des Programms und alle Ebenen der Entscheidung, von der Einführung eines zusätzlichen Programms bis zur Auswahl einer Requisite im Fernsehspiel. Vom publizistischen zum ökonomischen Bedeutungssystem ist keine einfache "Übersetzung" möglich. Die Leistungen des Rundfunks lassen sich geldwertmäßig nicht erfassen.

Rationales Handeln im Sinne des ökonomischen Prinzips ist damit aber nicht ausgeschlossen, sondern im Hinblick auf optimale Leistungsfähigkeit notwendig. Rationeller Mitteleinsatz und moderne Führungs- und Planungsmethoden sind also unverzichtbar. Wirtschaftlichkeit im Sinne des sparsamen Umgangs mit Ressourcen ist Pflicht der Rundfunkanstalten.

Allerdings wird den Rundfunkanstalten immer wieder vorgeworfen, daß sie - nicht zuletzt gerade wegen ihrer öffentlich-rechtlichen Organisationsform - gegen das Gebot des effizienten Umgangs mit Haushaltsmitteln verstießen. "Wir haben nicht das beste Fernsehen der Welt, sondern wir sind guter Durchschnitt. Aber wir dürften eines der teuersten Fernsehsysteme haben, die es in der Welt gibt."⁶² Von den Rundfunkanstalten werden durchaus Verschwendungen im einzelnen und Fehlentwicklungen eingeräumt,⁶³ aber sie halten fest, daß diese sich im Rahmen des "Gesellschaftsüblichen" bewegen. Dazu wird auf die umfassende Finanzkontrolle verwiesen. Neben dem Verwaltungsrat und den Landesrechnungshöfen bzw. unabhängigen Wirtschaftsprüfern "verdienen auch die Kontrollfunktionen Beachtung, die sich aus der hohen Aufmerksamkeit ergeben, die der Rundfunk bei seinem Publikum, in der öffentlichen und veröffentlichten Meinung und damit bei den politischen Instanzen genießt... Keine andere Institution ist in vergleichbarer Weise - auch und gerade in ihrem Wirtschaftsgebaren - dem kritischen Urteil der Öffentlichkeit derart ausgesetzt, wie die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten."⁶⁴

Vergleiche zwischen der öffentlich-rechtlichen BBC und der privatwirtschaftlichen ITV in Großbritannien ergeben in der Tat keinen Anhaltspunkt dafür, daß öffentlich-rechtliche Medienbetriebe kostengünstiger produzieren und weniger effektiv arbeiten.⁶⁵

6.5.2 Finanzierung

Gebühreneinnahmen stellen die spezifische Form der Finanzierung des Öffentlich-rechtlichen Rundfunks dar. Aus verschiedenen Gründen werden aber in der Bundesrepublik und in anderen Ländern auch Werbeeinschaltungen als Einnahmequelle herangezogen.

6.5.2.1 Gebühren

Der Rundfunk finanziert sich, seiner öffentlich-rechtlichen Struktur entsprechend, vorwiegend aus Gebühren. "Dem binnenpluralistisch organisierten, nicht kommerziellen Integrationsrundfunk entspricht die chancengleichen Zugang zu allen Programmangeboten sichernde Gesamtgebühr. Ein Zurechnen von spezifischer Programmeinzelleistung und entsprechendem Preis ist mit den Überlegungen zur sozialen Infrastruktur der Rundfunkveranstaltungen im Prozeß der gesellschaftlichen und politischen Meinungs- und Willensbildung nicht vereinbar."⁶⁶

Während im marktwirtschaftlichen System Güter streng nach individueller Leistung und Gegenleistung ausgetauscht werden, wird im Öffentlich-rechtlichen System bewußt auf dieses Äquivalenzprinzip verzichtet. Damit werden die Programmleistungen des Öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus dem Markt herausgenommen. Dieses Verfahren - dessen Folge ist, daß eine ökonomische Erfolgsmessung des Rundfunks im üblichen Sinn nicht möglich ist, weil mangels Markt eine Bewertung der Leistungen zu Marktpreisen nicht stattfinden kann - hat den Vorteil, daß andere als ökonomische

mische Kriterien für die Programmgestaltung in den Vordergrund treten können. Damit ist zwar auch die ökonomische Rückkopplung zwischen Programmproduzenten und Rezipienten, nicht aber jegliches feedback, ausgeschlossen. Es besteht zumindest über die Vertretung der gesellschaftlichen Gruppen in den Aufsichtsgremien und über den publizistischen Wettbewerb zwischen den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten um die "Gunst" der Teilnehmer.⁶⁷

Über die Höhe der Gebühren entscheiden nicht die Rundfunkanstalten, sondern sie werden vom politischen System auf einer gesetzlichen Grundlage bestimmt. Da Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland Ländersache ist, sind nicht nur die allgemeinen Grundlagen der Rundfunkgebühr, sondern ist auch ihre Höhe durch Staatsvertrag zwischen den Ländern geregelt. Das bedeutet, daß für jede Gebührenerhöhung die Zustimmung aller Länderparlamente notwendig ist. "Um die Entscheidung für die jeweilige Einnahmen- bzw. Ertragssituation auf eine sachliche und rationale Grundlage zu stellen, haben die Ministerpräsidenten im Jahre 1975 die 'Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten' (KEF) ins Leben gerufen, die sich aus je vier Vertretern der Staatskanzleien bzw. -ministerien und der Landesrechnungshöfe sowie vier unabhängige Sachverständige zusammensetzen."⁶⁸ Sie hat insbesondere Stellung zu nehmen zur Notwendigkeit einer Änderung der Rundfunkgebühren im Hinblick auf Höhe und Zeitpunkt. Die Empfehlungen dieser Kommission dienen als Orientierungshilfe, wenn die Landesregierungen untereinander die Höhe der Rundfunkgebühr aushandeln, die dann von den Länderparlamenten beschlossen werden muß.

Das komplexe Verfahren der Gebührenerhöhung kann also durch eine Parlamentsmehrheit in einem Bundesland zum Scheitern gebracht werden, und sei es wegen eines Details. Diese Prozedur, die die Feststellung der Gebühren politischen Instanzen überantwortet, birgt natürlich die Gefahr

in sich, daß die Rundfunkgebühr zum "politischen Preis" wird.

"Die herrschenden Politiker bestimmen, welchen Stellenwert der Rundfunk in der Infrastruktur der Gesellschaft hat, wie konkurrenzfähig er im Vergleich zu den privatwirtschaftlich organisierten Druckmedien⁶⁹ sein darf, bis zu welchem Maße er sich quantitativ und qualitativ publizistisch und künstlerisch entfalten kann."⁷⁰ Dabei ist es wohl nicht so gravierend, daß es bei der Rundfunkfinanzierung zu einer "gespaltenen Verantwortlichkeit" kommt. Die politischen Instanzen sind im wesentlichen für die Einnahmen verantwortlich, die Rundfunkgremien für die Ausgaben. Wenn sich ein öffentlich-rechtliches Mediensystem primär an der Erfüllung seiner öffentlichen Aufgabe orientiert, dann erscheint zwar auf den ersten Blick das Konzept einer "leistungsbezogenen Finanzplanung"⁷¹ sinnvoll, bei dem der Programmauftrag die Vorgaben für den Finanzbedarf liefert. Weil aber aus der Aufgabe des Rundfunks Art und Umfang des Programms nicht einfach deduziert werden können und vor allem, weil Ressourcen grundsätzlich knapp sind und damit verschiedene gesellschaftliche Aufgaben erfüllt werden müssen, ist ein solches Modell nicht realisierbar. Die dem Rundfunk zugeordneten Mittel bilden deshalb den Rahmen innerhalb dessen die Leistungsplanung "finanzbezogen" zu erfolgen hat.⁷² Die Festlegung des Stellenwerts des Rundfunks in der Infrastruktur der Gesellschaft im Vergleich zu anderen Aufgaben wie Gesundheitswesen, Bildung, Verkehrswege etc. ist eine Entscheidung von gesamtgesellschaftlicher Bedeutung und kann letztlich nicht dem jeweiligen Sektor und seinen Institutionen überlassen bleiben. Trotzdem ist aber zu bedenken, ob nicht wenigstens in Bezug auf die Rundfunkgebühr eine staatsfernere Lösung gefunden werden kann. Hier ist beispielsweise an eine Indexierung entsprechend einer relevanten volkswirtschaftlichen Größe

oder an einen Gebührenrat aus Vertretern der Aufsichtsgremien zu denken.⁷³

Die Finanzierung durch Gebühren, die von den Länderregierungen und -parlamente festgelegt werden, ist sicherlich ein Ansatzpunkt für staatlichen Einfluß. Andererseits lassen die Vielzahl der an der Gebührenfestsetzung beteiligten Personen und Instanzen - auch wenn jedes Land im Prinzip eine Vetomöglichkeit hat -, die Schwerfälligkeit des Verfahrens, die Vielzahl der Rundfunkanstalten und der unspezifische Charakter von finanziellem Druck gezielten inhaltlichen Einfluß über die Gebührenhöhe recht unwahrscheinlich erscheinen. Medienstrukturpolitik generell, wozu natürlich auch - aber nicht nur - die finanzielle Ausstattung der öffentlich-rechtlichen Massenmedien im Vergleich zu ihren privatwirtschaftlichen Konkurrenten gehört, kann natürlich immer auch mit inhaltlichen Zielsetzungen betrieben werden. Ordnungsmodelle mit ungenehmer Ausrichtung können benachteiligt werden. Aber das ist unvermeidlich, denn auch der Verzicht auf eine Medienpolitik im liberalistischen Sinne stellt nichts anderes als eine liberalistische Medienpolitik dar.

6.5.2.2 Werbung

Die Öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten finanzieren sich zwar überwiegend aus der Rundfunkgebühr, aber auch aus Werbung. Der Anteil der Werbeeinnahmen an den Gesamteinnahmen ist für die verschiedenen Rundfunkanstalten sehr unterschiedlich und liegt zwischen etwa 10% - beim Westdeutschen Rundfunk - und über 40% - beim ZDF.⁷⁴ Für 1983 nennt Manfred Rühl für die ARD folgende Finanzstruktur: 65% Erlöse aus Gebühren, 19% aus Werbung und 16% sonstige Erlöse. Für das ZDF betragen die Gebührenerlöse 58%, die Werbeerlöse 37% und die sonstigen Erlöse 5%.⁷⁵ Die Werbung stellt einen bedeutenden Beitrag zur Finanzie-

zung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks dar.

Zu fragen ist allerdings, ob Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht systemwidrig ist. Diese Frage muß grundsätzlich bejaht werden, weil die aus wirtschaftlichen Gründen resultierende Ausrichtung des Werbefernsehens und der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sich nicht decken, zumindest partiell in Widerspruch zueinander stehen. Beim Werbefernsehen werden die Zuschauer an den Werbekunden "verkauft". Dies zwingt dazu, auf hohe Einschaltquoten hinzuarbeiten, um hohe Erlöse zu erzielen und zugleich den Werbekunden trotz hoher Entgelte konkurrenzfähige Tausenderpreise anbieten zu können. Als primäre Orientierung steht das im Widerspruch zum öffentlich-rechtlichen System, das einem Programmauftrag verpflichtet ist und auch für Minderheiten da zu sein hat. Weiterhin resultieren aus Fernsehwerbung inhaltliche Zwänge für das Programmumfeld. Es muß nicht nur darauf geachtet werden, daß es ein großes und attraktives Publikum anzieht, sondern auch, daß es sich im Einklang mit der Werbebotschaft befindet, zumindest aber nicht im Kontrast zu ihr steht. "Die Fernsehanstalten und die werbetreibende Wirtschaft brauchen zu beider finanziellem Nutzen hohe Einschaltquoten; die Sendungen während der Zeit, in der Werbung ausgestrahlt wird, müssen deshalb hohe Zuschaltungen haben; hohe Zuschaltungen erreicht man durch Programme, die bei potentiell allen Zustimmung - oder andersherum: möglichst wenige Ablehnung - finden, Programme also, in denen - negativ abgegrenzt - inhaltliche wie formale Diskrepanzen und Innovationen vermieden werden."⁷⁶ Ebenso findet sicherlich unabhängige Wirtschafts- und Produktionsformation, die nicht dem schönen Bild entspricht, das die Wirtschaftswerbung zeichnet, kaum einen Platz im Werberahmenprogramm. Insofern bedroht Werbung auch die geforderte Objektivität der Information und speziell die Ausgewogenheit. Schließlich muß das Programm

für Werbeeinblendungen gestückelt werden, entweder durch kleinteilige Struktur oder durch Unterbrechung von Sendungen.

Werbung im öffentlich-rechtlichen System erzeugt also letztlich auch keine anderen Einflüsse als im privatwirtschaftlichen.⁷⁷

Allerdings ist in unserem gegenwärtigen öffentlich-rechtlichen Rundfunksystem Werbung stark eingeschränkt: die tägliche Werbezeit darf 20 Minuten im Jahresdurchschnitt nicht überschreiten und die Zeit nach 20 Uhr sowie die Sonn- und Feiertage müssen werbefrei bleiben. Außerdem ist nur Wirtschaftswerbung zugelassen. Dies alles soll - neben dem Schutz der Printmedien - dazu führen, die Einflüsse der Werbungsfinanzierung in einem begrenzbaren Rahmen zu halten und die Abhängigkeit von dieser Finanzquelle nicht allzu groß werden zu lassen. So bleibt wenigstens ein Großteil des Programms weitgehend von Werbeeinflüssen frei. Die Begrenzung der Werbezeit hatte darüber hinaus zur Folge, daß die Nachfrage nach Werbezeit das Angebot weit übertraf und die Anzeigenkunden kein Druckmittel hatten, um Einfluß auf das Programm zu nehmen. So gingen bislang "alle Versuche der Werbetreibenden, Einfluß auf die inhaltliche Gestaltung der Sendung zu nehmen, nicht über Proteste hinaus, die sich gegen eventuell einschaltzahlen-senkende Programme richten - doch sogar Rundfunkverantwortliche verweisen darauf, daß ein weiterer Rückgang der Buchungen die Position der Rundfunkanstalten schwächen und sie zu vermehrter Ausstrahlung massenattraktiver und werbefreundlicher Serien zwingen könnte."⁷⁸ Anzeigenentzug im Umfeld unangenehmer Sendungen oder gar bei ungeliebten Sendern wäre dann ein wirksames Sanktionsinstrument.

Der Grund, warum trotzdem Rundfunkwerbung ausgestrahlt wird, ist offensichtlich: die Werbeeinnahmen erleichtern

die Finanzierung. Ob sie auch die Abhängigkeit vom Staat vermindern,⁷⁹ scheint mir fraglich; denn bei der Berechnung des Finanzbedarfs und der Festsetzung der Gebührenhöhe werden die Werbeeinnahmen ja in voller Höhe berücksichtigt.

Ein weiterer Grund für die Rundfunkwerbung muß aber auch im Zugangsinteresse der werbetreibenden Wirtschaft zu den elektronischen Medien gesehen werden. Diesem wurde nicht zuletzt deshalb entsprochen, um einem kommerziellen, vollständig werbefinanzierten Programm vorzubeugen.

Wenn auch von Werbung in einem öffentlich-rechtlichen Mediensystem grundsätzlich keine anderen Einflusstendenzen auf die redaktionellen Inhalte des Mediums wie in einer privatwirtschaftlichen Ordnung ausgehen, so können diese doch im öffentlich-rechtlichen Mediensektor leichter begrenzt und vielleicht sogar unwirksam gemacht werden. Hierfür spricht:

- die strikte Begrenzung des Werbeumfangs und des Anteils der Werbeeinnahmen, die im privatwirtschaftlichen Rahmen so nicht realisierbar sind,
- die nicht primär ökonomische Orientierung der öffentlich-rechtlichen Medien, so daß - bei einer einigermaßen abgesicherten Grundfinanzierung durch Gebühren - Werbung nicht um "jeden Preis" aufgenommen werden muß,
- die gesellschaftliche Kontrolle durch eine Vielzahl von Gruppen, wodurch Werbungseinflüsse leichter aufgedeckt und auch publik gemacht werden können.

Werbung im öffentlich-rechtlichen System widerspricht also einerseits dem Grundgedanken des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, andererseits bietet aber die öffentlich-rechtliche Struktur eher die Gewähr für ein organisatorisches und programmliches Umfeld, das Verzerrungstendenzen der gesellschaftlichen Kommunikation durch Werbefinanzierung widerstehen kann.

6.6 Zusammenfassende Bewertung

Das öffentlich-rechtliche Modell eines Mediensystems beruht auf einer sozialstaatlichen Grundkonzeption und dementsprechend einem Verständnis von Medienfreiheit, das dieser eine objektivrechtliche Seite und dem Staat eine Gewährleistungspflicht zuerkennt. Über ein reines Abwehrrecht gegenüber dem Staat hinaus begründet die Medienfreiheit gerade einen Anspruch an den Staat, für eine solche Ordnung der Massenkommunikation Sorge zu tragen, die eine möglichst freie Kommunikation innerhalb der Gesellschaft sichert. Das schließt nicht aus, daß dabei - verglichen mit einem liberalistischen Konzept - Freiheits-spielräume einzelner Personen und Gruppen begrenzt werden, um anderen gesellschaftlichen Gruppen eine realistische Möglichkeit zu geben, an der massenmedial vermittelten gesellschaftlichen Kommunikation teilzunehmen. Die Rundfunkfreiheit ist in diesem Modell "vergesellschaftet".

Öffentlich-rechtliche Medien sollen allen, also der Gesellschaft, "gehören" und von ihr kontrolliert werden. Alle gesellschaftlichen Gruppen sollen in diesen Medien zu Wort kommen, so daß das gesellschaftliche Meinungsspektrum angemessen wiedergegeben wird und zwar binnenplural, d.h. innerhalb des Programms der einzelnen öffentlich-rechtlichen Anstalt.

Die Schwierigkeiten dieses Modells beginnen bereits bei der Organisation der gesellschaftlichen Kontrolle, die den Vertretern relevanter gesellschaftlicher Gruppen und Kräfte übertragen ist. Die Gesellschaft kann dabei nicht in allen ihren Schattierungen nachgebildet werden. Organisierte, große und politisch mächtige Interessengruppen werden bevorzugt, nicht organisierbare Interessen und Personen "gruppen" sind nicht zu erfassen. Dies erklärt auch die starke Position der Parteien in den Aufsichtsgremien, die dazu führt, daß parteipolitische Orientierung die

Arbeit in den Aufsichtsgremien und darüber vermittelt in den anderen Bereichen der öffentlich-rechtlichen Anstalten und das Programm prägt. Auch wenn das Gewicht der Parteien eine Basis in der gesellschaftlichen Wirklichkeit hat, führt doch eine überwiegend parteipolitische Ausrichtung der öffentlich-rechtlichen Aufsichtsgremien und Medien zu einer Vernachlässigung von Perspektiven und Interessen, die sich parteipolitischen Blickwinkeln entziehen. Zum einen durch die starke Stellung der Parteien, zum anderen aufgrund struktureller Vorgaben und finanzieller Abhängigkeit kann auch die für die Erfüllung der publizistischen Aufgaben notwendige Staatsfreiheit nicht als gesichert angesehen werden. Hier bestehen Abhängigkeiten, die ein gewisses Wohlverhalten erzwingen mögen, jedoch nicht so gezielt und kalkulierbar eingesetzt werden können, daß durch sie ein direkter Einfluß auf die publizistischen Inhalte ermöglicht wird.

Durch die Teilfinanzierung über Werbung - die zwar zeitlich stark befristet ist - unterwerfen sich die öffentlich-rechtlichen Anstalten in Teilbereichen ihres Programms den davon ausgehenden Strukturzwängen, die an sich mit dem Programmauftrag nicht vereinbar sind. Von einem Einfluß der werbetreibenden Wirtschaft auf das Gesamtprogramm wird man aber nicht ausgehen können, so lange der Werbeanteil zeitlich wie finanziell relativ gering ist und ein Nachfrageüberschuß nach Werbezeiten besteht.

Insgesamt erscheint das öffentlich-rechtliche Modell von seinem Grundkonzept her überzeugend und geeignet, die Beteiligung aller gesellschaftlichen Gruppierungen an der politischen Massenkommunikation zu gewährleisten. Allerdings zeigt sich, daß sich nicht alle Elemente dieses Modells widerspruchsfrei in die Praxis umsetzen lassen. Insbesondere läßt sich die gesellschaftliche Gliederung immer nur sehr fragmentarisch in den Kontrollgremien nachbilden.

Die grundsätzlichen "Operationalisierungsschwierigkeiten" des öffentlich-rechtlichen Modells und konkrete Probleme und Mängel in der Praxis, bringen es aber nicht in Widerspruch zu seinen Grundvoraussetzungen und Intentionen. Ein öffentlich-rechtlich strukturiertes Massenkommunikationssystem erfüllt meiner Meinung nach die Anforderungen, die in der Demokratie von ihm erwartet werden müssen.

Die abschließende Bewertung und Gewichtung der Stärken und Schwächen geschieht im folgenden Kapitel im Vergleich mit dem privatwirtschaftlichen System.

7. VERGLEICHENDE BEWERTUNG DES PRIVATWIRTSCHAFTLICHEN UND ÖFFENTLICH-RECHTLICHEN MEDIENSYSTEMS UND PLÄDOYER FÜR EIN GEMISCHTES MEDIENSYSTEM ALS KONSEQUENZ

Bei der Analyse des öffentlich-rechtlichen und privatwirtschaftlichen Mediensystems wurden zwar auch Wertungen getroffen, jedoch nicht ausdrücklich im Verhältnis zum jeweils anderen Modell, das allerdings implizit doch mehr oder weniger den Hintergrund der Bewertung abgab. Der direkte und explizite Vergleich soll jetzt vorgenommen werden. Er kann relativ kurz ausfallen, da die Vorarbeiten schon geleistet sind. Einige Wiederholungen und Ergänzungen werden sich trotzdem nicht ganz vermeiden lassen.

7.1 Vergleichende Bewertung der beiden Ordnungsmodelle

Die beiden Medienstrukturen unterliegen je verschiedenen Steuerungs- und Kontrollmechanismen.

Das privatwirtschaftliche Mediensystem wird von der Nachfrage der Rezipienten nach Medienprodukten gesteuert. So der Grundgedanke. In der Realität werden auch Einflüsse auf der Angebotsseite ausgeübt, weil die Anbieter - Verleger - und die Anzeigenkunden nicht nur ökonomische, sondern auch politische Interessen haben. Diese können sie einbringen und teilweise gegen die Nachfrage durchsetzen, weil keine vollständige Konkurrenz auf ökonomischem Gebiet besteht und die politische Ausrichtung derer, die Publizistikunternehmen betreiben, relativ einheitlich ist, jedenfalls von der (partei)politischen Verteilung der Gesamtbevölkerung eindeutig abweicht.

Das öffentlich-rechtliche Modell ist dem Grundgedanken nach angebotsgesteuert. Die Rundfunkmitarbeiter, unter der Verantwortung des Intendanten und nur kontrolliert von den Aufsichtsgremien, bestimmen über das Programm. Sanktionskräftige, direkte Rückkoppelungen von den Zu-

schauern und Zuhörern zu den Rundfunkanstalten sind nicht vorgesehen; ja eine partielle Abweichung der Programmgestaltung von den primären Präferenzen der Mehrheit der Zuschauer und damit von maximalen Einschaltquoten wird als wünschenswert und notwendig erachtet. De facto spielen allerdings Formen der Rückmeldung von den Rezipienten eine erhebliche Rolle, die durch die publizistische Konkurrenz der öffentlich-rechtlichen Anstalten untereinander ihr Gewicht gewinnen. Dementsprechend kommt den Einschaltquoten eine große Bedeutung zu. Auch die Zuschauer- und Zuhörerpost sowie die Programmkritik in der Presse, insbesondere in den Programmzeitschriften,¹ leisten ein Feedback, das allerdings in seiner Bedeutung hinter den Einschaltquoten zurückbleibt.

Auch das öffentlich-rechtliche System besitzt also faktisch Formen der Programmsteuerung durch die Rezipienten und insbesondere durch ihre Nachfrage, die vom Grundkonzept her nicht so recht vorgesehen sind und in ein Spannungsverhältnis zur Orientierung an Programmgrundsätzen geraten können. Dieses publizistische Feedback durch Einschaltquoten ist zwar durchaus positiv zu sehen, insofern es dazu beitragen kann, die Orientierung des Programms an den Wünschen der Zuschauer zu sichern und eine esoterische Gestaltung zu verhindern; negativ und systemwidrig wäre allerdings eine Orientierung ausschließlich an der Höhe der Einschaltquoten, weil diese eine inhaltliche Ausrichtung nur an der Mehrheit bedeuten würde und die Interessen kleiner Gruppen "untergingen", mithin also kein Programm für die Gesellschaft in all ihren Schichten produziert würde. Eine autonome Verarbeitung dieses Feedbacks durch die Anstalten ist also notwendig und die strukturelle Voraussetzung dafür durch die ökonomische Sanktionslosigkeit² dieser Art der Rückkopplung gegeben.

Damit ist die unterschiedliche Form der Steuerungsmedien angesprochen. Im privatwirtschaftlichen System findet eine Steuerung mittels wirtschaftlicher Impulse statt. Der Rezipient wird in seiner Rolle als Käufer angesprochen. Er muß entscheiden, wieviel ihm ein politisches Massenmedium und einzelne Informationen wert sind - d.h. wieviel er bereit ist, dafür zu zahlen -, ob er sie sich überhaupt und wieviel er sich davon leisten kann. Für sein endgültiges Handeln ist natürlich seine politische Einstellung nicht unerheblich. Jedenfalls steuert der Rezipient dieses System wenigstens teilweise durch seine ökonomischen Entscheidungen, "freilich bloß durch das Plebiszit der Konsumenten von Freizeitware"³. Entsprechend sind die Handlungen des Verlegers, soweit das privatwirtschaftliche System nachfragegesteuert ist, von seiner Rolle als "Verkäufer" bestimmt.

Die Dominanz ökonomischer Mechanismen ist der Grund für die ungleichen Kommunikationschancen verschiedener gesellschaftlicher Gruppen, entsprechend ihrer wirtschaftlichen Potenz.

Im Öffentlich-rechtlichen System erfolgt die Nachfrage unter rein publizistischen Gesichtspunkten. Der Rezipient handelt als "reiner Rezipient", unabhängig von ökonomischen Erwägungen.⁴ Seine Entscheidung beruht darauf, für wie wichtig, interessant und gut - gemessen an seinen Qualitätsmaßstäben - er eine Sendung hält. Auch dabei ist natürlich seine politische Einstellung von Bedeutung. Diese publizistisch bestimmte Entscheidung steuert zum Teil das Öffentlich-rechtliche Mediensystem.

Die Kontrolle durch den Rezipienten ist aber in beiden Systemen nur partiell. Es verbleibt erheblicher Einfluß auf der Angebotsseite, der durch die Rezipienten nicht kontrolliert und korrigiert werden kann. Diese Machtposition bedarf der Legitimierung.

Diese kann im öffentlich-rechtlichen Bereich im grundsätzlichen durch Verweis auf die angestrebte Repräsentativität der Aufsichtsgremien, die eine Berücksichtigung der Positionen und Interessen der ganzen Gesellschaft gewährleistet, geleistet werden, obwohl Probleme im Detail verbleiben. Die Angebotsseite wird also durch quasi-demokratische Aufsichtsgremien kontrolliert und damit indirekt letztlich durch die einzelnen Gesellschaftsmitglieder. Der Bürger steuert also in seiner Rolle als homo politicus auf einem zweiten Weg das öffentlich-rechtliche Mediensystem. Unabhängig davon, ob er selber Inhalte rezipiert und für sich selbst als interessant und wichtig beurteilt, hat er die Möglichkeit darüber mitzubestimmen, ob sie für die politische Kommunikation wichtig sind und im Programm bleiben sollen, auch wenn sie nur von einer kleinen Minderheit gesehen oder gehört werden. Die Möglichkeit der Mitbestimmung beruht auf der Zugehörigkeit zu "gesellschaftlich relevanten Gruppen",⁵ die in den Aufsichtsgremien vertreten sind, und setzt natürlich deren demokratische Struktur voraus, die allerdings nicht immer gegeben ist. Der einzelne Bürger steuert auf diesem "politikähnlichen" und kommunikativen Weg zum Teil - zugegebenermaßen äußerst indirekt - das öffentlich-rechtliche Mediensystem. So "kontrolliert hier das Publikum sein Medium als öffentlichen Dienstleistungsbetrieb mit"⁶. Die Mitgestaltungsmöglichkeit und Freiheit des Rezipienten ist im öffentlich-rechtlichen System also doppelt gesichert. Vermittelt über den publizistischen Wettbewerb steuert er durch seine Nachfrage das System und übt über die gesellschaftlichen Gruppen, denen er angehört, auf quasi-politischem Weg Kontrolle über das Angebot aus.

Dagegen kann im privatwirtschaftlichen Sektor die unkontrollierte Machtposition auf der Angebotsseite letztlich nicht legitimiert werden, da die Verleger in wesentlichen Positionen eindeutig und mit weit überwiegender Mehrheit

einer partikularen gesellschaftlichen Gruppe zuzurechnen sind. Eine solche einseitige Besetzung der Schlüsselpositionen ist bedenklich, wenn man als wesentliche Anforderung an ein Massenkommunikationssystem formuliert, daß es für alle gesellschaftlichen Gruppen die gleiche Chance bieten muß, an der über Massenmedien vermittelten politischen Kommunikation teilzunehmen und ihre Argumente in diesen Prozeß einzubringen, da andernfalls der politische Prozeß in seinem demokratischen Charakter selbst gefährdet ist. Diese Chancen sind im privatwirtschaftlichen Mediensystem strukturell ungleich verteilt. Die unkontrollierte Machtposition auf der Angebotsseite - personifiziert im Verleger - stellt das Einfallstor für privilegierte Interessen in die Öffentlichkeit dar. Ökonomische Macht läßt sich in publizistische umsetzen, dieser wiederum in politische.⁷ Die Gleichheit der Bürger im demokratischen politischen Prozeß wird so durch Machtstellungen im Bereich der Publizistik gefährdet. Legt man eine Links-Rechts-Skala zugrunde, so ist das rechte Spektrum bevorzugt, konkret jene gesellschaftlichen Kräfte, die über Produktivkapital verfügen. Die Personen, die über die politische Ausrichtung eines Presseorgans entscheiden, sind nämlich diesem Personenkreis zuzurechnen und dürften in grundlegenden Interessen mit ihm übereinstimmen. Das gilt ebenso für die gewerblichen Anzeigenkunden. Sie tragen einen so wesentlichen Anteil an der Finanzierung des Massenkommunikationssystems, daß damit ganz selbstverständlich auch inhaltlicher Einfluß verbunden ist.

Das privatwirtschaftliche Mediensystem befindet sich also in einer partiellen Abhängigkeit von bestimmten Gruppen der Gesellschaft und sichert ihnen eine privilegierte Position in der politischen Kommunikation. Es hat dementsprechend ein erhebliches Legitimationsproblem und wirft Bedenken in Bezug auf die Realisierung von Kommunikationsgerechtigkeit auf.

Allerdings sind auch im Hinblick auf die öffentlich-rechtliche Struktur einige Relativierungen anzubringen. Zwar ist im Öffentlich-rechtlichen System der Zugang für alle relevanten Gruppen organisatorisch abgesichert und eine systematische Benachteiligung oder Bevorzugung einer Seite des politischen Spektrums nicht zu erkennen. "Trotzdem ist auch bei demokratischer Kontrolle der Einfluß der wirtschaftlich Stärkeren und vor allem der organisierten Gesellschaftsmächte auf das Massenmedium gewöhnlich zu groß, als daß dieses allen Aspekten und Gruppen der Gesamtgesellschaft in idealer demokratischer Proportionalität gerecht werden könnte. Funktional äußert sich dies in einer Überrepräsentation dieser Privilegierten in der Medienproduktion."⁸ Hier wären sicher neben den wirtschaftlichen Machtgruppen die Parteien noch ausdrücklich zu nennen. Auch das Öffentlich-rechtliche System realisiert also chancengleichen Zugang zur öffentlichen Kommunikation für alle Gruppen nur bedingt. Es dürfte Gruppen geben, die in beiden Systemen unterrepräsentiert bleiben, insbesondere solche, die kapitalarm und zugleich politisch einflußlos bzw. den politisch dominierenden Richtungen nicht genehm sind.

Dem Anspruch auf Kommunikationsgerechtigkeit wird also keines der beiden Systeme im vollen Sinn gerecht. Vorteile sind aber beim Öffentlich-rechtlichen System zu erkennen.

Diese Feststellung gilt es noch für verschiedene Bedingungen zu differenzieren.

Je geringer der Kapitaleaufwand für die Gründung und den Betrieb eines Medienunternehmens ist, desto geringere Auswirkung hat wirtschaftliche Macht für diesen Medienbereich, umso eher sind Mediengründungen auch für kapitalarme Gruppen möglich, umso mehr ist Medienfreiheit de facto ein Jedermannsrecht, von dem einigermaßen spontan Gebrauch gemacht werden kann. Wo diese Bedingungen an-

nähernd gegeben sind, ist ein liberaler, abwehrrechtlicher und auf den individuellen Sinn bezogener Begriff von Medienfreiheit angemessen und ein privatwirtschaftliches Modell der Massenkommunikation vorzuziehen. Allerdings dürften sie wohl nur für Randbereiche der Kommunikation, wie Flugblattkommunikation und vielleicht Stadt(teil)magazine, erfüllt sein.⁹

Wenn Monopole oder Oligopole bestehen und ein Marktzutritt realistisch nicht mehr möglich ist, hat Medienfreiheit im liberalen Sinn keine Realität mehr und die Kommunikationsmöglichkeiten für die gesellschaftlichen Gruppen unterliegen der Kontrolle und dem Gutdünken des oder der Monopolisten. Ein solcher Mediensektor muß zur Sicherung der Medienfreiheit und der Kommunikationsmöglichkeit für alle öffentlicher Kontrolle unterstellt werden.

Dem Bereich zwischen den beiden Extremen, wo zwar Wettbewerb herrscht, aber Kapitalkraft eine unerläßliche Bedingung darstellt, gelten die bisherigen Überlegungen und Vergleiche dieses Abschnitts primär. Unter diesen Bedingungen (und erst recht bei eingeschränktem oder fehlendem Wettbewerb) gilt der formulierte Vorzug des öffentlich-rechtlichen Systems im Hinblick auf die Zugangschancen für alle Gruppen. Trotzdem plädiere ich nicht für eine ausschließlich öffentlich-rechtliche Gestaltung der Massenkommunikation. Ein "geteiltes" System erscheint vorteilhaft.

7.2 "Publizistische Gewaltenteilung"

Für ein nicht ausschließlich öffentlich-rechtlich strukturiertes Mediensystem sprechen vier Gründe:

1. Eine gesellschaftliche Kontrolle aller Massenmedien ist allein vom Arbeitsaufwand her nicht zu leisten. Die Zahl der periodischen Publikationen umfaßt viele tausend

Titel.¹⁰

2. Sie wäre auch nicht sinnvoll und wünschenswert. Ein großer Teil der Medien dient beispielsweise einer gruppen-internen Kommunikation. Auf diese Teilöffentlichkeiten sind zwar wesentliche Anforderungen der allgemeinen Öffentlichkeit übertragbar.¹¹ Eine gesellschaftliche Kontrolle gruppeninterner Kommunikation wäre jedoch freiheits-beschränkend. Gesellschaftliche Kontrolle kann sich also sinnvoll nur auf Medien beziehen, die eine allgemeine Öffentlichkeit herstellen wollen.

3. "Die einzelnen Gruppen und Strömungen in unserer Gesellschaft müssen kommunikativ auch einen eigenen Zugang zur Öffentlichkeit haben und dürfen nicht nur darauf verwiesen werden, daß ihr Gesprächsanteil repräsentativ von anderen in die Kommunikation eingebracht wird."¹² Das spricht dafür, einen Bereich der Massenkommunikation von Mechanismen gesellschaftlicher Kontrolle freizuhalten.

4. Ein gemischtes Mediensystem kann verhindern, daß die Nachteile, Anfälligkeiten und Defizite eines Ordnungsmodells die Kommunikation der Gesellschaft insgesamt bestimmen. Zwei Mediensektoren mit unterschiedlichen Grundstrukturen und Vor- und Nachteilen können sich ergänzen und gegenseitig kontrollieren. Dabei kann eine Ordnung entstehen, die insgesamt besser ist als jede der beiden Ordnungen für sich.

Dieses System der "publizistischen Gewaltenteilung" ist in der Bundesrepublik Deutschland eher zufällig bzw. als "Geschenk der Alliierten" entstanden. Trotzdem enthält es ein hohes Maß an kommunikativer Rationalität. Die Institutionalisierung von zwei unabhängigen Kommunikationsstrukturen bietet einen großen Schutz gegen einen "Totalausfall" des publizistischen Systems. Wenn man bedenkt, daß jedes der Ordnungsmodelle spezifischen Gefährdungen seiner Autonomie und Leistungsfähigkeit ausgesetzt ist - die in der privatwirtschaftlichen Struktur primär von

wirtschaftlicher, im öffentlich-rechtlichen von politischer Macht ausgehen - erscheint eine solche Sicherung durchaus sinnvoll. Von einer gegenseitigen Kontrolle und Kritik beider Strukturen kann eine Aufdeckung und Kritik möglicher Fehlentwicklungen erhofft werden, die rechtzeitig die Möglichkeit zu Korrekturen geben.

In einem solchen "mediengewaltenteiligen" System kommen auch beide Konzeptionen von Medienfreiheit zu ihrem Recht. Das liberalistische Konzept, dem es um die von politischen Regelungen freie Kommunikation und den individuellen Sinn der Medienfreiheit geht, stellt im Prinzip ein Maximum an Medienfreiheit für alle her, nimmt aber hin, daß sie de facto aufgrund gesellschaftlicher Machtverhältnisse nicht für alle gleichermaßen realisiert ist und damit die Kommunikationsgerechtigkeit verletzt wird. Umgekehrt beschneidet das am gesellschaftlichen Sinn und speziell an der Funktion für die Demokratie orientierte Konzept die freie, beliebige Nutzung der Medien, um so mehr Kommunikationsgerechtigkeit und eine offene gesellschaftliche Kommunikation für alle Gruppen zu realisieren und damit de facto in der Summe mehr Medienfreiheit zu ermöglichen, da sich alle Bürger mit ihren Kommunikationsanliegen in den Medien wiederfinden können.

Vor die Alternative gestellt müßte eine auf der Basis christlicher Soziallehre zu treffende Entscheidung zugunsten des letzteren Konzepts ausfallen, um die Kommunikationschancen aller, auch der benachteiligten Gruppen, zu sichern, auch wenn offensichtlich ist, daß damit positive Möglichkeiten und Werte, die der ersten Konzeption innewohnen, verloren gehen und Mißbrauchsgefahren in Kauf genommen werden müssen, die durch die Notwendigkeit intensivierte staatlichen Handelns im Bereich des Grundrechts der Medienfreiheit entstehen. Aber die Alternative stellt sich glücklicherweise nicht. Es können beide Konzepte zu ihrem Recht kommen. Das dürfte gerade auch für die benach-

teiligten Gruppen von Vorteil sein, die sich für die Artikulation ihrer Anliegen das System mit den für sie jeweils geringsten Barrieren aussuchen können.

Die publizistische Gewaltenteilung kann im vollen Sinne nur funktionieren, wenn die Medien, die den unterschiedlichen Strukturen angehören, nicht im Verhältnis der Konkurrenz, sondern der Komplementarität zueinander stehen, d.h. sich nicht gegenseitig ersetzen und verdrängen können. Die Konkurrenz zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Verlagen oder Fernsehstationen zwänge die öffentlich-rechtlichen Medien in Marktbeziehungen, die ihnen nicht entsprechen und die Realisierung ihrer Aufgaben gefährden würden. Umgekehrt könnte sie privatwirtschaftliche Medienunternehmen unrentabel machen und in den Ruin führen, wenn die öffentlich-rechtlichen Anstalten in ihrer Finanzausstattung nicht genau in den Markt eingepaßt wären.¹³

Publizistische Gewaltenteilung bedeutet also: privatwirtschaftliche Presse - soweit keine Monopole bestehen - und öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Die bisher gegebene Verteilung der unterschiedlichen Ordnungsstrukturen auf Presse und Rundfunk erweist sich als sinnvoll und nicht als zufällig. Im Pressebereich ist insgesamt gesehen eine Vielzahl von Publikationen möglich, die im Rundfunk selbst bei Ausschöpfung aller technischen Möglichkeiten vorerst nicht zu erreichen ist, so daß eine liberale, privatwirtschaftliche Ordnung hier sinnvoller scheint als im Rundfunkbereich. Umgekehrt liefert die Präsentations-, Nutzungs- und Wirkungsweise von Hörfunk und insbesondere von Fernsehen Argumente dafür, die öffentlich-rechtliche Ordnungsstruktur hier einzusetzen.¹⁴ Diese Medien zwingen dem Nutzer sehr viel stärker ihren vorgegebenen Ablauf auf, wirken stärker emotional¹⁵ und führen eher zu Einstellungsänderungen¹⁶, so daß von einer einseitigen Ausrichtung dieser Medien stärkere manipulative Effekte zu erwarten

wären.

Diskussionsmöglichkeiten über die Zuordnung zu einer der Ordnungsstrukturen bestehen in den Grenzbereichen Bildschirmtext,¹⁷ Fernsehzeitung und Videotext.

Die publizistische Gewaltenteilung, die ein historischer Glücks- und ein wenig auch Zufall ist, darf nicht leichtfertig auf's Spiel gesetzt werden. Im Gegenteil wäre es wichtig, sie auch auf den Bereich der Lokalkommunikation auszuweiten, wo gegenwärtig ein "privatwirtschaftliches Monopol"¹⁸ herrscht. Allerdings dürfte schon der Erhalt des gegenwärtigen Zustandes mit einem ausschließlich öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht zu realisieren sein.

Publizistische Gewaltenteilung ist ein Mittelweg und Kompromiß in mehrfacher Hinsicht, nicht zuletzt zwischen den wirtschaftlichen und den anderen sozialen Mächten, und setzt ein annäherndes Gleichgewicht zwischen ihnen voraus.¹⁹ Das Übergewicht des wirtschaftlichen Systems in Gesellschaften mit marktwirtschaftlicher Ordnung läßt dementsprechend eine Ausweitung der privatwirtschaftlichen Sphäre im Medienbereich als kaum vermeidbar erscheinen.

7.3 Anmerkungen zum Topos vom "mündigen Bürger" und seinem Gebrauch in der Mediendiskussion

In der Auseinandersetzung um die Medienstrukturen wird immer wieder der "mündige Bürger", der "mündige Medienteilnehmer" bemüht. Einigen Befürwortern der privatwirtschaftlichen Ordnung scheint eine Kritik an ihr und die Verteidigung der öffentlich-rechtlichen Struktur nur so erklärbar, daß bei einer solchen Position von der Unmündigkeit des Rezipienten ausgegangen wird. "Überdies schwebt im Hintergrund aller öffentlich-rechtlichen Formen, wenn sie universell durchgesetzt, d.h. monopolisiert sind, die Vorstellung von letztlich nicht ganz mündigen, entscheidungsfähigen Rezipienten."²⁰ Zu diesem Fragenkomplex sind

einige Anmerkungen nötig.

1. Man mag zum Theorem der begrenzten Mündigkeit des Rezipienten, des Menschen oder der Menschheit insgesamt stehen wie man will. (Angesichts des Geschehens, über das die Massenmedien tagtäglich berichten, erscheint es nicht abwegig). Entscheidend ist, welche Konsequenzen man daraus zieht. Verhängnisvoll und in der Konsequenz autoritär ist jedenfalls eine Ingroup-Outgroup-Differenzierung, bei der man sich selbst bzw. der eigenen Gruppe die Mündigkeit zuspricht, die man anderen abstreitet. Man muß von der prinzipiell gleichen - höchstens graduell unterschiedlichen²¹ - (Un)mündigkeit ausgehen. Diese grundsätzliche Gleichverteilung ist die entscheidende Berechtigung für den Ausgangspunkt aller Demokratie beim "mündigen Bürger", der sich - gemessen an einer absoluten Mündigkeitsvorstellung - zweifellos immer wieder als Fiktion erweist. Zugleich ist der "mündige Bürger" mehr als bloße Fiktion. Der Realitätsgehalt liegt in der grundsätzlichen Fähigkeit des Menschen zu Mündigkeit.

Verhängnisvoll kann es sich aber auswirken, wenn - wie bei den genannten Autoren - unter Verweis auf die prinzipiell gleiche Mündigkeit aller eine Reflexion über die gleichzeitige Unmündigkeit nicht mehr zugelassen wird. Diese kann nicht die Form einer Anleitung Unmündiger durch Mündige, sondern nur die der gemeinsamen schrittweisen Selbstaufklärung der sich als nur bedingt und ansatzweise mündig erkennenden Zeitgenossen haben, die gerade darin ihre Mündigkeit beweisen. Und wenn "mündige Bürger" als Ergebnis eines solchen Kommunikationsprozesses beschließen, in bestimmten Teilbereichen ihres Zusammenlebens von Unmündigkeitsannahmen auszugehen und dementsprechend gemeinsam Formen zur Verhütung des Mißbrauchs der allen bewußten Unmündigkeit institutionalisieren, ist das nicht als Zeichen besonderer Unmündigkeit anzusehen; ganz im Gegenteil.²²

2. Die dargelegte Position zu den Ordnungsmodellen beruht jedoch im wesentlichen gar nicht auf Überlegungen zur Mündigkeit bzw. Unmündigkeit. Vielmehr wird die Annahme als falsch zurückgewiesen, in einem privat- und marktwirtschaftlich organisierten Rundfunk entschieden die Rezipienten über die Zusammensetzung des Programms. Diese Behauptung wird bereits dadurch widerlegt, daß bei identischen Rezipientenbedürfnissen und -wünschen je nach Marktstruktur - atomistischer Wettbewerb, Oligopol oder Monopol - und je nach Finanzierungsweise - Werbe- oder Entgeltfinanzierung - unterschiedliche Medienprodukte entstehen. Überspitzt formuliert: der "Markt" entscheidet, wobei natürlich auch die Rezipientenpräferenzen als ein Entscheidungsfaktor eingehen: Das Programm, das sich aus Marktgesetzmäßigkeiten im Zusammenwirken mit Rezipientenpräferenzen ergibt, wird kritisiert und nicht das Publikumsverhalten. Dabei wird in dieser Arbeit eine Betrachtung von Medienprodukten als "Waren" nicht generell abgelehnt, ja nicht einmal eine Steuerung des Produktions- und Verteilungsprozesses nach marktwirtschaftlichen Impulsen, wenn begründet werden kann, daß das zu einer gleichmäßigen Befriedigung der Kommunikationswünsche aller gesellschaftlicher Gruppen führt. Zu bedenken ist, daß Rundfunk und Presse nicht allein im wirtschaftlichen, sondern auch im politischen Zusammenhang betrachtet werden müssen. Hier kann es Spannungen geben. Der Verzicht auf die Befriedigung von Minderheitenwünschen - beispielsweise im Automobilbau - mag ökonomisch vernünftig sein, was durch fehlende Gewinnchancen angezeigt wird, ebenso wie der Verzicht auf die Berücksichtigung von Minderheitenpositionen in den Massenmedien. Politisch vernünftig und demokratisch verantwortlich ist letzteres nicht.

3. Im Zusammenhang damit ist darauf hinzuweisen, daß der "mündige Bürger" sich nicht auf den "mündigen Verbraucher" reduzieren läßt. Der Rezipient kann im privatwirtschaftli-

chen System nur als Konsument in Bezug auf seine eigenen Bedürfnisse und Interessen durch Programmwahl Einfluß auf das Programm nehmen, nicht aber als Bürger im Hinblick auf das Gemeinwohl für eine Programmgestaltung votieren, die z.B. auch Minderheiteninteressen, die nicht unbedingt die seinen sind, berücksichtigt. Selbst wenn alle dies wollten, würde sich eine solche inhaltliche Ausrichtung im Rahmen eines privatwirtschaftlichen Systems nicht einstellen, denn dieses reagiert nur auf Nutzungsimpulse der Rezipienten, hat aber keine Wege, um unabhängig und eventuell abweichend vom persönlichen Konsum Vorstellungen in Bezug auf Programmstandards und -struktur einzubringen. Dem Rezipienten ist keine Mitsprache bei der Frage gegeben, ob ein Gut - z.B. privatwirtschaftliche Rundfunkprogramme - produziert werden sollen oder ob darauf wegen gesellschaftlicher Gefahren verzichtet werden soll. Ihm bleibt nur die Wahl, ob er das bereits produzierte Gut für sich selbst nutzen will.

Dieser Begriff von Mündigkeit ist um die politische Dimension reduziert, das dahinterstehende Menschenbild reduziert den Menschen auf den homo oeconomicus und korrespondiert nicht zufällig mit einem Gebrauch von "Mündigkeit" immer dann, wenn es dem Bürger etwas zu "verkaufen" gilt, nicht aber wenn es um die Ausweitung von Partizipation und Mitbestimmung geht.²³

4. Schließlich darf die Machtposition der Besitzer von Medienunternehmen nicht übersehen werden, die sich durchaus für partikuläre Interessen einsetzen läßt, die nicht mit denen der Rezipienten übereinzustimmen brauchen. Auch unter diesem Gesichtspunkt kann bezweifelt werden, daß die "mündigen Bürger" das Programm bestimmen.

III. Teil

Konsequenzen

für die aktuelle Auseinandersetzung
um die Veränderung der Strukturen der Massenkommunikation in Verbindung mit der Einführung "Neuer Medien"

8. VERÄNDERUNGEN DER ORDNUNG DER MASSENKOMMUNIKATION ALS FOLGE NEUER KOMMUNIKATIONSTECHNIKEN

Der Begriff "Neue Medien"¹ ist unpräzise in mehrfacher Hinsicht. Es besteht keine eindeutige Übereinstimmung darüber, welche Kommunikationsmittel darunter zu fassen sind. Unklar ist zumindest teilweise auch, was an den so bezeichneten Medien neu ist. Ist das Kabelfernsehen ein Neues Medium nur weil es "durch den Keller" kommt? Die Frage ist durchaus berechtigt: Gibt es überhaupt ein Neues Medium? Es handelt sich doch "bei den neuen Medien hauptsächlich um zusätzliche technische Übermittlungssysteme, nicht aber um neuartige Medien in dem Sinne, wie es vor 60 Jahren der Rundfunk und vor 40 Jahren das Fernsehen waren"². Aber selbst bei diesen Neuerungen hinter der Fassade der alten Medien handelt es sich keineswegs immer um neueste Technologie, sondern oft um alte Technik, die aber jetzt - wie z.B. beim Kupferbreitbandkabel - im großen Maßstab realisiert wird. Unter dem Gesichtspunkt technischer Neuerungen kann aber auch die Zeitung als Neues Medium bezeichnet werden, wenn man an neue Satz- und Drucktechniken denkt.

Neue Techniken bewirken nicht nur Veränderungen im Bereich der Massenkommunikation, sondern auch und vielleicht sogar primär im Bereich der individuellen technisch vermittelten Kommunikation. Hier geschieht wohl tatsächlich eine einschneidende technologische Neuerung, die sich aus der Verbindung von neuen Übertragungswegen, Bildschirm und Computer, ergibt. Sie ermöglicht die Speicherung, Übertragung, Verarbeitung und den Abruf großer Informationsmengen und wird wohl überwiegend von Wirtschaft, Verwaltung und Wissenschaft genutzt werden. Die Neuen Medien der Individualkommunikation sind nicht Gegenstand dieser Arbeit. Allerdings werden die neuen kabelgebundenen Medien die Grenze zwischen Individual- und

Massenkommunikation unscharf machen.

Obwohl die Neuen Medien der Massenkommunikation also gar keine so große technische Fortentwicklung darstellen - viel eher ist ihre Einführung als wirtschaftlicher Kraftakt zu sehen -, so muß doch ganz energisch dem Trugschluß widersprochen werden, sie könnten wohl auch nicht allzuviel verändern. Diese nicht allzu revolutionären technischen Fortschritte können in der Tat zu einer weitgehenden Umgestaltung der Ordnung der Massenkommunikation beitragen, die für die Gesellschaft und speziell für die Politik nicht ohne Einfluß sein wird.

Dieser Veränderung und ihren Konsequenzen gilt das Augenmerk in diesem Kapitel. Zuvor sollen aber die wichtigsten Neuen Medien in ihrer technischen Seite und mit ihren Leistungen, die sie für die Massenkommunikation erbringen können, dargestellt werden. Die daran anschließende Betrachtung der ökonomischen Aspekte soll deutlich machen, daß die Nutzung der Neuen Medien an Grenzen der Finanzierbarkeit stößt. Unter Berücksichtigung der technischen und wirtschaftlichen Bedingungen kann dann nach der Veränderung des Massenkommunikationssystems gefragt, die Realisierbarkeit von Erwartungen und Versprechungen und die Berechtigung von Befürchtungen geprüft sowie eine - angesichts einer noch in Fluß befindlichen Entwicklung naturgemäß vorsichtige - Bewertung vorgenommen werden. Die bisherigen Überlegungen und Erkenntnisse dieser Arbeit konkretisieren sich somit in einer Stellungnahme zu der aktuellen medienpolitischen Diskussion.

8.1 Möglichkeiten der Technik

Die Darstellung der technischen Gegebenheiten und Möglichkeiten muß im Rahmen dieser Arbeit recht knapp ausfallen.³ Ein völliger Verzicht ist aber auch nicht mög-

lich, da rudimentäre Kenntnisse der technischen Bedingungen, der Leistungsmöglichkeiten und möglicher Alternativen im Hinblick auf die sozioethische Bewertung notwendig sind.

8.1.1 Breitbandkabelnetze

Rundfunkprogramme lassen sich nicht nur drahtlos, sondern auch über breitbandige⁴ Kabelnetze verteilen. "Ausgangspunkt der Kabelsignale ist die sogenannte Rundfunk-Empfangsstelle. Dort werden die drahtlos empfangbaren Fernseh- und Hörfunksignale mit zum Teil aufwendigen Empfangseinrichtungen empfangen, kanalselektiv aufbereitet und mit einem Kanalmultiplexer in einem breitbandigen Übertragungskanal zusammengefaßt. An dieser Kopfstation ist technisch auch die Einspeisung von zusätzlichen, nicht drahtlos empfangenen Programmen möglich. Von der Rundfunk-Empfangsstelle werden die aufbereiteten Signale in mehreren Netzebenen über Koaxialkabel mit zwischengeschalteten Verstärkern zum sogenannten Übergabepunkt geführt."⁵ Von dort gelangen sie über private Hausanlagen zu den "Antennensteckdosen".

Zwei grundlegende Netzstrukturen lassen sich unterscheiden: Verteil- und Vermittlungsnetze.

8.1.1.1 Verteilnetz

Hierarchisch aufgebaute Verteilnetze mit einer Baumstruktur dienen der Verteilung der Information von einer Zentrale zu vielen Teilnehmern. "Die Signale verzweigen sich auf dem Wege zum Teilnehmer weiter und weiter, jeder erhält gleichzeitig alle Programme."⁶ Eine solche Struktur entspricht dem Grundmuster von Massenkommunikation und unterscheidet sich von einer drahtlosen Verteilung nur durch das Übertragungsmedium.

Allerdings können Kabelnetze auch mit Rückkanälen ausgestattet werden, so daß ein Informationsfluß vom einzelnen Teilnehmer zum zentralen Sender möglich wird, die Zentrale also auch Information sammeln kann. "Was der Rückkanal in einer Kabelanlage leisten kann, ist abhängig von seiner 'Bandbreite'. Bei einem 'schmalbandigen' Rückkanal bleiben die Zahl der rückantwortenden Teilnehmer und deren Aktivität auf Ton-, Text- und Datenäußerungen eingeschränkt. Je 'breitbandiger' ein Rückkanal eingerichtet wird, um so mehr Platz bietet er für partizipierende Teilnehmer und um so mehr Signale kann er transportieren - sogar Signale für eine teilnehmerproduzierte Farbfernseh-Sendung."⁷ Mit den herkömmlichen Kuperkoaxialkabeln ist allerdings ein breitbandiger Rückkanal für alle Teilnehmer - ein Zwei-Wege-Kabelfernsehen - nicht zu realisieren. Es können höchstens ausgewählte "Teilnehmer" - Stadtteilstudios, Schulen, Kommunalverwaltung - damit ausgestattet werden, was auch ausreichend sein dürfte. Kabelsysteme mit Rückkanal sind bisher - außer in einigen Pilotprojekten - nicht realisiert und eine breite Einführung erscheint aus ökonomischen Erwägungen unwahrscheinlich, da bereits eine Verkabelung in "Einfachstechnik" enorme Investitionen erfordert und schon hier die Wirtschaftlichkeit ungesichert erscheint.⁸ Auch die Erfahrungen in den USA lassen erwarten, daß nur "primitive" Technologien zu wirtschaftlichen Systemen führen werden.⁹

8.1.1.2 Breitbandvermittlungsnetze

Kabelnetze können auch als Vermittlungsnetze mit Sternstruktur - analog zum Telefonnetz - ausgeführt werden. In einem solchen Netz ist jeder Teilnehmer gleichberechtigt und jeder kann mit jedem, vermittelt über eine Zentrale, kommunizieren. Dieses Strukturmuster ermöglicht Individualkommunikation und entspricht ihr. Es ermöglicht

den Austausch von Fernsehsignalen (Bildtelefon) zwischen den Teilnehmern eines solchen Netzes. Damit wäre ein stufenloser Übergang von der Individual- zur Massenkommunikation realisiert. Letztere ist dann als ein Spezialfall - es kommuniziert einer mit vielen - integriert in ein Netz von technisch vermittelten Kommunikationsbeziehungen. In einem solchen Netz kann technisch jeder Sender und Empfänger von Massenkommunikation sein; die Forderung B. Brechts, den Rundfunk "aus einen Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln"¹⁰, wäre auf einer technischen Ebene verwirklicht.

Ein breitbandiges Vermittlungsnetz läßt sich praktisch nur mit digitaler Lichtleitertechnik (Glasfaser) realisieren. Eine Glasfaserverkabelung im Ortsnetzbereich ist in absehbarer Zeit nicht zu erwarten und die Verwirklichungschance ist gewissermaßen umgekehrt proportional zum Fortschreiten einer flächendeckenden Verkabelung mit Kupferkoaxialkabeln.

8.1.1.3 Leistungsfähigkeit des (Verteil) Kabelnetzes

Die primäre Leistung des Kabels besteht in der Beseitigung des Frequenzmangels. Die gegenwärtig verlegten Anlagen in der Bundesrepublik stellen maximal knapp 30 Fernsehkanäle zur Verfügung.¹¹ Hinzu kommen noch Übertragungsmöglichkeiten für 24 Rundfunkprogramme.

Damit ist aber die technische Obergrenze für Kabelanlagen noch nicht erreicht. Durch Erweiterung des Frequenzbandes und/oder Verlegung eines zweiten Kabels läßt sich eine Kapazität von über 100 Fernsehprogrammen bewältigen. Sternnetze böten die Möglichkeit, nicht alle Fernsehprogramme gleichzeitig, sondern nur auf Anforderung zur Verfügung zu stellen, so daß auch so eine hohe Kapazität erreichbar wäre.¹²

Die Überwindung des Frequenzmangels durch das Kabel ermöglicht weitere und neue Rundfunkprogramme. So wird lokaler Rundfunk möglich, worin technisch gesehen sicherlich die Stärke der örtlich begrenzten Kabelnetze liegt. Weiterhin wird die Verteilung von Text über Kabel realisierbar.¹³ Beides sind an sich keine kabelspezifischen Möglichkeiten. Sie ließen sich auch über Funkwellen verwirklichen, wenn genügend Frequenzen zur Verfügung stünden. Kabelspezifische Möglichkeiten sind - eine aufwendige Netzstruktur vorausgesetzt - der Rückkanal und die teilnehmerspezifische Zuführung von Informationen (Text, Musik, stehende Bilder) und in begrenztem Maße von ganzen Programmen. Auch Pay-TV¹⁴ läßt sich in Kabelnetzen leichter und technisch höherwertig realisieren.

8.1.2 Satelliten

Bei den für die Massenkommunikation relevanten Satelliten sind zwei Typen zu unterscheiden: Fernmeldesatelliten und direkt strahlende Rundfunksatelliten, wobei hier durch die sich abzeichnende Familie der "Medium-Power-Satellites" die Grenzen allmählich verwischt werden.¹⁵

Beide arbeiten in der Regel auf einer geostationären Umlaufbahn; sie stehen also relativ zur Erde fest.

8.1.2.1 Fernmeldesatelliten

Fernmeldesatelliten dienen dem Telefonverkehr, der Übertragung von Daten und dem Transport von Hörfunk- und Fernsehprogrammen über größere Entfernungen. Ein Satellit kann ungefähr ein Drittel der Erdoberfläche überstrahlen.

Für den Empfang der Signale sind große Empfangsanlagen notwendig. Nachrichtensatelliten stellen also Punkt-zu-Punkt-Verbindungen her, verbinden Erdefunkstellen, von wo aus die Signale auf anderen Wegen (Kabel, Richtfunk, terrestrische Sender) weitergeleitet werden. Ihre Aufgaben

entsprechen im Prinzip dem Richtfunk. Bei der Nutzung für Rundfunkübertragung kommt also in der Regel nur die Einspeisung in Kabelnetze durch eine Kopfstation mit aufwendigen Empfangsanlagen in Frage.

Die technischen Barrieren beginnen allerdings zu schrumpfen. Der Antennenaufwand auf der Erde wird umso geringer, je größer die Sendeleistung des Satelliten, je kleiner das Abstrahlungsgebiet und je empfindlicher die Empfangsanlage ist. Technischer und finanzieller Aufwand für Empfangsanlagen und Satelliten sind in gewissem Ausmaß untereinander substituierbar. "Eine bestimmte Dimensionierung ist für das Gesamtsystem wirtschaftlich optimal."¹⁶ Ein Direktempfang durch "jedermann", d.h. praktisch durch eine private Gemeinschaftsantenne in Wohnanlagen, ist mittlerweile mit akzeptablem Antennenaufwand möglich und in der Bundesrepublik rechtlich zulässig. Damit werden die Grenzen zum direktstrahlenden Satelliten unscharf.

8.1.2.2 Direktstrahlende Rundfunksatelliten

Damit ein Einzelempfang zu annehmbaren Bedingungen und mit kleinen Antennen, d.h. einem Antennendurchmesser unter einem Meter, möglich ist, muß ein großer Aufwand an Satelliten getrieben werden. Direktstrahlende Rundfunksatelliten müssen mit sehr hohen Sendeenergien arbeiten. Das hat zur Folge, daß die Anzahl der Übertragungskanäle im Vergleich zu Fernmeldesatelliten deutlich reduziert ist und die Kosten je Kanal erheblich höher liegen.

Für direktstrahlende Rundfunksatelliten existiert - im Gegensatz zu den mehr oder weniger dem freien Weltmarkt und den Entscheidungen einzelner Staaten und wirtschaftlicher Machtgruppen unterworfenen Verteilsatelliten¹⁷ - eine internationale Vereinbarung durch die Genfer Funkverwaltungskonferenz (WARC) von 1977.¹⁸ Hier wurde festgelegt, daß die Versorgung auf nationaler Basis erfolgt.

Mit Rundfunksatelliten, deren Abstrahlungskegel ja bis zu einem Drittel der Erdoberfläche ausleuchten können, wäre auch ein grenzüberschreitender, supranationaler Rundfunk möglich gewesen. Man entschied sich - abgesehen von den skandinavischen Ländern - für das nationalstaatliche Prinzip, teilte jedem Land eine bestimmte Sendeleistung und den meisten Ländern Europas, Afrikas und Asiens fünf Kanäle im 12-GHz-Bereich zu. Die Strahlungskegel und die Abstrahlenergie wurde so festgelegt, daß die Einstrahlung in Nachbarländer möglichst gering ist. Trotzdem ist dieser technisch unvermeidliche overspill erheblich. Bei Verzicht auf die höchste Empfangsqualität und angesichts der Verbesserung der Empfangsantennenleistung, wie sie seit 1977 eingetreten ist, erweitert er sich enorm. So kann der Luxemburger Satellit praktisch in der ganzen Bundesrepublik empfangen werden.¹⁹ Falls alle Nachbarstaaten ihre Kanäle voll in Anspruch nehmen, können in der Bundesrepublik 60 ausländische Programme aus dem Weltall empfangen werden.²⁰ Dem Empfang stehen allerdings teilweise einige technische Hindernisse entgegen.²¹ "Mit Hilfe der für Europa geplanten Fernsehdirektsatelliten kann durchaus eine erhebliche Programmvielfalt realisiert werden - mit dem Empfang sowohl der 'landeseigenen' wie von ausländischen Kanälen. Voraussetzung ist allerdings die Einrichtung einer Antennen-, Polarisations- und Banderweiterungstechnik, die mit Installation einer einfachen 0,9m-Anlage nicht zu erreichen ist und die aus technischen und finanziellen Gründen eine (Kabel-)gemeinschaftliche Organisation des Satelliten-TV sinnvoll erscheinen läßt."²²

8.1.2.3 Leistungsfähigkeit

Nach einem bekannten Diktum sind Rundfunksatelliten nichts anderes als Fernsehtürme ohne Fuß: sie unterscheiden sich aber - und das ist das wesentliche - in ihrer Höhe. Statt einiger tausend Sender genügt ein einziger zur Versorgung

eines Territorialstaates, da die "Sichtverbindung" kaum durch architektonische oder geographische Hindernisse verstellt sein kann.

Auf diese Weise läßt sich auf wesentlich günstigere Weise eine Vollversorgung von Flächenstaaten realisieren. Bedeutsamer als die finanziellen Gesichtspunkte sind die Einsparungen an benötigten Frequenzen.²³ Für ein Programm wird nur noch ein Frequenzband benötigt und damit die Möglichkeit für zusätzliche Angebote eröffnet. Satellitenrundfunk verspricht also eine deutliche Linderung, wenn nicht gar Behebung des Frequenzmangels. Er bewirkt an sich keine qualitative, sondern nur eine quantitative Veränderung der Massenkommunikation. Er ermöglicht eine größere Anzahl von Programmen, die allerdings eine notwendige Voraussetzung für eine Veränderung der bestehenden Massenkommunikationsordnung ist, denn der Mangel an verfügbaren Frequenzen war bislang ein überzeugendes Argument zugunsten eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

Satellitenrundfunk eignet sich aufgrund der technischen Gegebenheiten für die Versorgung großer Gebiete und nicht für Regionalfunk. Wenn Satelliten allerdings die Ausstrahlung der bisherigen bundesweiten Programme übernehmen würden, könnten die Sender auf der Erde für regionale Zwecke genutzt werden. Dem stehen allerdings einige Probleme entgegen:²⁴

- Alle Haushalte müssen mit Parabolantennen oder Kabelanschluß ausgerüstet sein.
- Mobile Geräte können nicht versorgt werden.
- Das Satellitensystem ist störungsanfälliger als die terrestrischen Sender.
- Für die Bundesrepublik Deutschland kommt noch als Gesichtspunkt hinzu, daß der Empfang in der DDR de facto unmöglich würde.²⁵

Eine Ersetzung des bisherigen Sendernetzes durch den

Satellitenrundfunk ist also in absehbarer Zeit nicht zu erwarten.

8.1.2.4 Rundfunksatellit, Fernmeldesatellit und Kabel - Konkurrenz und Komplementarität

Fernmeldesatelliten sind, wenn sie der Verteilung von Rundfunkprogrammen an den "Endverbraucher" dienen sollen, auf Kabelnetze angewiesen. Aber auch für direktstrahlende Rundfunksatelliten bringen diese "erhebliche technische, ökonomische und architektonische Pluspunkte"²⁶. Sie ermöglichen den Empfang von mehreren Satellitenprogrammen mit besserer Empfangsqualität zu (vermutlich) niedrigeren Kosten für den einzelnen. Satellit und Kabel sind - abgesehen davon, daß sie völlig verschiedene Kommunikationsräume bedienen - nicht als Konkurrenz, sondern eher als Ergänzung zu sehen. Satelliten verbinden Kabelnetze und liefern die zusätzlichen Programme, ohne die sich keine Teilnehmer anschließen. Umgekehrt schaffen erst Kabelnetze dem Satellitenfernsehen Zugang zum Zuschauer. Das gilt uneingeschränkt für Fernmeldesatelliten. Aber auch dem direktstrahlenden Satelliten bringt das Kabel zusätzliches Publikum, wengleich sich natürlich bei sehr hohem Verkabelungsgrad der Einsatz direktstrahlender Rundfunksatelliten nicht mehr lohnt.

Satelliten können aber auch als Konkurrenten die Wirtschaftlichkeit und Breitbandverteilnetze in Frage stellen, wenn bei geringem Verkabelungsgrad schon eine breite Ausstattung mit privaten Satellitenempfangsanlagen vorhanden oder für größere Wohnanlagen der Aufbau einer privaten Gemeinschaftsantenne günstiger ist als der Anschluß an ein öffentliches Breitbandkabelnetz.

Schwerer noch ist das Verhältnis der zwei Satellitentypen untereinander abzuschätzen.

Die geringere Abstrahlungsenergie der Fernmeldesatelliten

ermöglicht eine größere Zahl von Kanälen und die Übertragung von ungleich größeren Informationsmengen. "Die Eignung der Fernmeldesatelliten, außer der Übermittlung von Rundfunkprogrammen den Transport des Telefon- und schnellen Datenverkehrs zu übernehmen, macht diese zu multifunktionalen Satelliten."²⁷ Das senkt natürlich die Kosten. Weiterhin werden Fernmeldesatelliten von der Deutschen Bundespost ohnehin genutzt und dabei auch Kanäle zur Verteilung von Rundfunkprogrammen bereit stehen. "Das Interesse potentieller Veranstalter, die technischen Kosten für die Programmverteilung zu begrenzen, begegnet daher mit dem Interesse der Post, Mitbenutzer für die Fernmeldesatelliten zur eigenen finanziellen Entlastung zu finden."²⁸ Deswegen räumt R.Groß den Fernmeldesatelliten die größere Chance ein. Darüber hinaus ist bei den Fernmeldesatelliten die Zahl der zur Verfügung stehenden Kanäle nicht auf fünf begrenzt wie bei den Rundfunksatelliten.

Wenn man andererseits annimmt, daß die Kostendifferenz nicht so erheblich sein wird und davon ausgeht, daß die Verteil- im Verhältnis zu den Programmkosten keine allzu große Rolle spielen, muß man dem Rundfunksatelliten wiederum Chancen einräumen,²⁹ da er unter publizistischen Gesichtspunkten "bifunktional" ist. Er kann auch außerhalb von Kabelnetzen empfangen werden.

Die Frage, welchem Satellitentyp die Zukunft gehört, hängt also in starkem Maße vom Ausbau der Kabelnetze ab, deren Aufbauzeiten sehr lang sind, aber auch von den Kosten für private Satellitenempfangsanlagen, für die sehr unterschiedliche Kostenangaben existieren.³⁰

8.1.3 Elektronische Textübertragung

Neue Medien sind nicht nur durch neue Übertragungswege, sondern auch durch neue Inhalte gekennzeichnet.

Neben der traditionellen Übermittlung von Ton und bewegten

Bildern könnte im Zuge der technischen Fortentwicklung des Mediensystems auch die Übertragung von Texten auf den Bildschirm eine größere Rolle spielen. Die im folgenden dargestellten Formen unterscheiden sich durch den Übertragungsweg, der Auswirkungen auf die Leistungsfähigkeit hat.

Fernsehtext (Videotext): Er wird schon seit längerem in der Austastlücke des Fernsehsignals ausgestrahlt. Das gesamte Textangebot eines Programms wird permanent nacheinander übertragen. Der Rezipient wählt aus diesem Zyklus die ihn interessierende Seite aus. Es handelt sich also um eine reine Verteilstruktur.

Die Kapazität ist sehr gering. Es können - wenn die maximale Zugriffszeit je Seite etwa einer halben Minute nicht überschreiten soll - hundert Texttafeln mit jeweils ein paar Sätzen übertragen werden. Neben Programmhinweisen, Wetterbericht, Verbraucherhinweisen u.ä. können und werden dort auch Nachrichten in Form von Schlagzeilen verbreitet. Ihr Vorteil liegt in der Kombination von Aktualität (wie beim Rundfunk) und zeitunabhängiger Zugriffsmöglichkeit (wie bei den Printmedien), ihr Nachteil in der geringen übertragbaren Textmenge.

Die Nutzung ist an kein Entgelt gebunden.

Kabeltext: Breitbandkabel ermöglichen einerseits durch die Vermehrung der Programme eine entsprechende Zunahme von Videotext, andererseits die Verwendung von Kanälen allein zur Textübertragung. Ihre große Bandbreite ermöglicht Übertragungen in der Größenordnung von 50.000 Seiten pro Minute. Abhängig von der Netzkomplexität sind Abrufdienste oder eine zyklische Ausstrahlung von über 10.000 Seiten analog zum Videotextsystem denkbar.

Bildschirmtext: Hier werden die gewünschten Texte bei Bedarf über das Telefonnetz gezielt abgerufen und zugestellt. Es handelt sich um vermittelte Kommunikation mit Hin- und

Rückkanal. Auf diese Weise steht eine beinahe unbegrenzte Kapazität zur Verfügung. Die Kosten gliedern sich in Anschaffungs-, Telefon- und Benutzungskosten; letztere sind via Bundespost an die Textanbieter zu zahlen.

Bildschirmtext - an der Grenze von Individual- zu Massenkommunikation angesiedelt - wird voraussichtlich überwiegend der gewerblichen Nutzung und der wirtschaftsbezogenen Kommunikation dienen. Die Bedeutung für die politische Kommunikation ist als gering einzuschätzen.

Grundsätzlich muß festgestellt werden, daß die Aufnahme größerer Textmengen über den Fernseh Bildschirm aus ergonomischen Gründen mühsam und unattraktiv ist. Für den privaten Rezipienten kommen - wenn überhaupt - nur Kurzinformationen in Frage. Eine breite Nutzung des Fernsehers als Lesegerät ist außerhalb des beruflichen Rahmens wohl nicht zu erwarten.³¹

8.2 Ökonomische Bedingungen

Bereits im vorhergehenden Abschnitt klang an, daß vieles von dem, was die Technik an kommunikativen Möglichkeiten bereitstellen könnte, mit erheblichen Kosten verbunden ist. Die weitere Entwicklung wird denn wohl auch weitgehend von ökonomischen Erwägungen und Entscheidungen bestimmt werden. "Auch auf der fachwissenschaftlichen Diskussions-ebene (Fachzeitschriften, Kongresse etc.) haben sich die Gewichte bereits deutlich verschoben: Ökonomischen Fragestellungen werden im Vergleich zu medienpolitischen und gesellschaftspolitischen Problemen zunehmend wichtiger."³²

Neue Medien, und insbesondere davon erhoffte neue Programme, sind teuer.

8.2.1 "Transportkosten" von Rundfunkprogrammen

Die Kosten für die Heranführung von Rundfunkprogrammen via Kabel sind nur sehr schwer zu beziffern, da das Er-

gebnis von einer Vielzahl von Faktoren abhängt. Investitions-, Betriebs- und Verwaltungskosten, Zins, vor allem aber Zahl der Wohneinheiten pro Übergabepunkt - das heißt de facto pro Gebäude - und die Anschlußdichte müssen kalkuliert werden.³³

Ein Kabelanschluß kostet je Übergabepunkt - mit erheblichen Streubreiten - ungefähr 2000 DM.³⁴ Bei drei Wohneinheiten je Übergabepunkt³⁵ und einer Anschlußdichte von 35% nach drei Jahren³⁶ kostet demnach auch der einzelne tatsächlich angeschlossene Haushalt etwa 2000 DM. Für einen nicht subventionierten Kabelanschluß hat ein Teilnehmerhaushalt bei einer Anschlußgebühr von 430 DM und einer Amortisationszeit von zehn Jahren knapp 20 DM monatliche Gebühr zu bezahlen, die neben der Finanzierung der Investitionen auch Betriebs- und Verwaltungskosten berücksichtigt.³⁷

Das sind die reinen Transportkosten in einem Kabelsystem. Kosten für Programme sind dabei noch nicht berücksichtigt. Hinzu kommen bei zusätzlichen überregionalen Programmen die Satellitenkosten. Aufgrund der relativ großen erreichbaren Teilnehmerzahl kann bereits jetzt von Satellitenkosten für ein bundesweites, allgemein zugängliches Fernsehprogramm von weit unter einer DM pro Teilnehmerhaushalt und Monat ausgegangen werden. Durch die günstigen Preise ist über Satellit - von den Transportkosten her - auch das Ansprechen von begrenzten Zielgruppen wirtschaftlich realisierbar.³⁸

Die Kabelkosten sind vom einzelnen Teilnehmer und bei subventionierten Netzen auch von der Allgemeinheit zu tragen. Für die Satellitenkosten muß der Programmveranstalter aufkommen.

8.2.2 Programmkosten

Bei den Programmkosten muß, insbesondere was die "Pro-Kopf-Kosten" angeht, mit erheblichen Unterschieden zwischen lokalen und überregionalen Programmen gerechnet werden, die deswegen gesondert zu betrachten sind.

8.2.2.1 Lokale bzw. regionale Programme

"Die Erwartung, mit reinen Lokalprogrammen - als Kontrastveranstaltung zu den nationalen Programmen der Rundfunkanstalten - Publikum anlocken und damit sogar Geld verdienen zu können, hat sich verflüchtigt. Dies nicht einmal auf Grund bitterer Erfahrungen - die man aus England, Holland, der Schweiz und Kanada jederzeit beziehen könnte -, sondern auf Grund bloßen Nachdenkens und gelegentlichen Nachrechnens.

Wieviel Lokalprogramm kann überhaupt, aus redaktioneller Sicht, geboten und der Zuseherschaft zugemutet werden? ... Das Ergebnis, bezogen auf Städte (und gedachte Kabelsysteme) in der Größenordnung zwischen 100- und 200.000 Einwohnern, lautete im Tagesdurchschnitt ca. 30 Minuten, bei zweimaliger Ausstrahlung zu verschiedenen Tageszeiten und teilweiser Wiederholung 45 Minuten."³⁹

Ein solches kommerziell betriebenes und auch nur halbwegs professionell gestaltetes halbstündiges Lokalprogramm kostet mindestens drei Millionen DM im Jahr⁴⁰ und 25 DM pro Teilnehmerhaushalt und Monat bei 10.000 Teilnehmerhaushalten, die in einer Stadt der obengenannten Größenordnung vielleicht gewonnen werden könnten. Neben den hohen Programmkosten erschwert natürlich auch die Verteilung über Kabelnetze die Finanzierung, da auf diese Weise immer nur ein Teil der Haushalte erreicht werden kann.

Die Kosten für ein Lokalprogramm sind also enorm und durch

Werbung nur zum Teil zu decken.⁴¹ Bei Werbefinanzierung sind darüber hinaus die Auswirkungen auf die anderen Werbeträger zu bedenken.⁴² Andererseits scheint es aber auch unwahrscheinlich, daß Zuschauer in größerer Zahl bereit sind, auch nur 10 DM monatlich für ein halbstündiges Lokalprogramm auszugeben.

Obwohl neue Medien gerade der Lokalkommunikation dienen sollen und das Breitbandkabel dafür auch technisch geradezu prädestiniert ist, ist auf der wirtschaftlichen Seite festzustellen, daß lokale Fernsehprogramme so kostspielig sind, daß sie kommerziell allenfalls für Großstädte und Ballungszentren lukrativ sind. Aber auch da werden wohl kaum je konkurrierende Programme zu finanzieren sein.⁴³ Allenfalls werden nicht-professionelle und nicht-kommerzielle Programme, wie ein "offener Kanal" oder ein "Bürgerfernsehen"⁴⁴ für Konkurrenz sorgen. Für Mittel- und Kleinstädte und dünnbesiedelte Gebiete bleibt nur die Möglichkeit von Regionalprogrammen, wobei sich hier das Problem der Verbindung von "Kabelinseln" - sofern die Verkabelung solche Landstriche überhaupt erreicht - stellt.

Die Finanzierung eines lokalen Fernsehprogramms stellt sich also als ausgesprochen schwierig dar. Einfacher ist sie für lokalen Hörfunk, dessen Kosten nur etwa 10% betragen. Für ihn ist das Kabel aber noch aus einem anderen Grund relativ uninteressant: es kann mobile Geräte, die gerade für die Nebenbeibesichtigung "Radiohören" wichtig sind, nicht versorgen. Da neue UKW-Frequenzen zur Verfügung stehen, ist von ihnen am ehesten eine Verbesserung der lokalen Kommunikationssituation zu erwarten. Die Neuen Medien können hierzu aus Kostengründen kaum beitragen.

8.2.2.2 Überregionale Programme

Programme für eine große Nutzerzahl sind wesentlich leichter zu finanzieren, da ein Großteil der Programmkosten

"auflagenunabhängig" ist.⁴⁵

Wie hoch die Kosten für ein überregionales Fernsehprogramm in der Bundesrepublik zu veranschlagen sind, ist schwer zu kalkulieren und hängt von einer Vielzahl von Bedingungen ab, nicht zuletzt von der Qualität. Von erheblicher Bedeutung für die Kostensituation ist, ob ein Programm nach rein ökonomischen Kriterien geplant werden kann oder ob es Auflagen zu erfüllen hat, beispielsweise hinsichtlich einer bestimmten Quote an europäischen und deutschen Filmen oder eines bestimmten Anteils an aktuell-informierenden Sendungen. Die billigste Form der Programmgestaltung ist sicherlich der Ankauf von Serien und Spielfilmen vom amerikanischen Markt, auf dem sich - dank seiner Grösse - diese Produktionen schon amortisiert haben und nun konkurrenzlos günstig angeboten werden können. Ob aber selbst für ein solches Programm Jahreskosten von 300 Millionen DM, wie sie M.Lenhardt⁴⁶ als mögliche Kalkulation ansetzt, ausreichend sind, ob nicht auch 70 Millionen DM, die RTL-plus als Kosten für sein Programm, würde es für die Bundesrepublik und in der Bundesrepublik ausgestrahlt, angibt,⁴⁷ zu wenig sind, ob man nicht mehr als 100 Millionen DM, die die PKS als Programmkosten nennt,⁴⁸ oder gar über 200 Millionen DM aufwenden muß, ist nicht abzuschätzen. Für ein Programm, das eine konkurrenzfähige Alternative zu den bestehenden öffentlich-rechtlichen Programmen sein soll, wird man realistischerweise Kosten nicht unter, eher deutlich über 100 Millionen DM ansetzen müssen, d.h. Minutenkosten um oder über 1000 DM. "Erst bei einem Werbevolumen von über 200 Mio. kann eine dauerhafte wirtschaftliche Überlebensfähigkeit der Anbieter von qualitativ hochwertigen Programmen erwartet werden."⁴⁹

Dabei kann davon ausgegangen werden, daß zwischen der Qualität⁵⁰ eines Programms und den Kosten ein deutlicher Zusammenhang besteht, der allerdings sicher nicht für jedes einzelne Programmelement gelten muß.⁵¹ Billige Pro-

gramme werden gekennzeichnet sein durch einen geringen Anteil oder eher durch das völlige Fehlen von Neuproduktionen für dieses Programm und eine geringe Quote an inländischen oder europäischen Filmen und an Informations-sendungen, die darüber hinaus nicht besonders aktuell sein werden. Auch Fernsehberichterstattung ist kostspielig, sowohl von den Personalkosten als auch von der notwendigen technischen Infrastruktur her.⁵²

Trotz hoher Kosten ist aber ein überregionales, nationales Programm wegen der größeren Zuschauerschaft leichter zu finanzieren als ein lokales.⁵³

8.2.3 Finanzierung

"Das Gut Fernsehen zeichnet sich u.a. dadurch aus, daß dieses Produkt bei drahtloser Ausstrahlung von allen denjenigen Wirtschaftssubjekten 'konsumiert' werden kann, die über ein entsprechendes Empfangsgerät verfügen. Aufgrund dieser Eigenschaft ist das Fernsehen der Kategorie der 'Öffentlichen Güter' (public goods) zuzurechnen. 'Öffentliche Güter' unterscheiden sich von 'privaten Gütern' im wesentlichen dadurch, daß der Konsum des Gutes durch ein Wirtschaftssubjekt die Konsummöglichkeiten aller anderen Wirtschaftssubjekte nicht beeinträchtigt."⁵⁴

Die Konsumenten müssen bei der Nutzung nicht in Konkurrenz zueinander treten. Das Rundfunkprogramm steht allen in gleicher ungeschmälerter Weise zur Verfügung. Es ist damit innerhalb des Sendegebietes grenzkostenlos mehr-nutzbar. Damit versagt das klassische Preisprinzip.

Weil aber selbstverständlich Produktionskosten anfallen, stellt sich das Problem der Finanzierung, aber auch die Frage nach der optimalen Menge der angebotenen Programme. Die theoretisch optimale Lösung des Finanzierungs- wie des Allokationsproblems läge in einer totalen Preisdiskriminierung." Dies würde bedeuten, daß jeder Konsument

den Preis zu entrichten hätte, der seiner individuellen Nutzeneinschätzung für das Gut entspricht." ⁵⁵ Dem ökonomischen Eigeninteresse eines jeden entspricht es in einer solchen Situation jedoch, die eigene Nutzeneinschätzung zu verschleiern und die anderen für den eigenen Konsum aufkommen zu lassen. Eine der tatsächlichen und nicht der vorgegebenen Nutzeneinschätzung entsprechende Produktion von Programmen kann also nicht stattfinden.

Die im folgenden vorgestellten "realistischen" wirtschaftlichen Lösungen weisen gegenüber der unrealistischen Idealösung immer Defizite in der einen oder anderen Richtung auf. "Wir befinden uns hier also in einer Welt von 'Zweitbesten-Lösungen'." ⁵⁶

8.2.3.1 Pay-TV, Werbe- und Gebührenfinanzierung im Leistungsvergleich

Pay-TV beruht darauf, daß sich durch technische Verfahren das Gut Fernsehen "künstlich" teilbar machen und damit das Ausschlußprinzip anwenden läßt. So kann ein Preis entweder für ganze Programme beim Pay-TV oder für einzelne Sendungen beim Pay-per-view verlangt und damit das finanzielle Problem gelöst werden. Über den Preismechanismus ist auch eine "Abstimmung" darüber möglich, welche und wieviele Programme produziert werden sollen.

Auch der gebührenfinanzierte Rundfunk beruht auf dem Ausschlußprinzip, wobei der Ausschluß zahlungsunwilliger - aber zahlungsfähiger - Haushalte hoheitlich festgelegt und durch Sanktionen abgesichert ist. Es stellt sich allerdings das Problem der Überprüfbarkeit und Durchsetzbarkeit, wie die erhebliche Zahl von "Schwarzhörern" zeigt. Die Rundfunkgebühr, die von jedem zu bezahlen ist, der ein Rundfunkgerät bereithält, kann als pauschale Gegenleistung für den potentiellen Empfang der öffentlich-rechtlichen Programme angesehen werden. ⁵⁷

Beim werbefinanzierten Rundfunk wird das Programm unentgeltlich an die Rezipienten abgegeben. Die Finanzierung erfolgt durch "Verkauf" der durch das Programm hergestellten Aufnahmebereitschaft der Zuschauer für Werbebotschaften an die werbetreibende Wirtschaft. Die scheinbar kostenlosen Programme müssen aber über möglicherweise erhöhte⁵⁸ Güterpreise vom Rezipienten in seiner Eigenschaft als Verbraucher getragen werden. Daraus ergeben sich verteilungspolitische Konsequenzen.

"Da nämlich die Güterpreise für alle Konsumenten gleich sind, subventionieren diejenigen Bevölkerungsgruppen, die in stärkerem Maße die im Fernsehen beworbenen Güter kaufen, in gewisser Weise den Fernsehkonsum der übrigen Bevölkerungsgruppen. Werbefinanziertes Fernsehen bewirkt demnach einen Transfer von Realeinkommen in Form von Fernsehen von den höheren zu den niedrigeren Einkommensgruppen."⁵⁹ Unabhängig vom Einkommen können sich alle Bevölkerungsschichten den gleichen Rundfunkkonsum leisten, vorausgesetzt, sie sind mit den entsprechenden Geräten ausgestattet.

Im Falle von Pay-TV oder Pay-per-view muß vom Zuschauer der auf ihn entfallende Teil der Kosten für einen Kanal bzw. für eine Sendung getragen werden. Dies hat zur Folge, daß sich ärmere Bevölkerungsgruppen weniger Fernsehen leisten können.

Zwischen diesen Möglichkeiten ist ein gebührenfinanzierter Rundfunk einzuordnen, bei dem eine einheitliche Gesamtgebühr für alle (öffentlich-rechtlichen) Programme zu entrichten ist, die allerdings sozialpolitischen Limitierungen zugunsten einkommensschwacher Gruppen, für die eine Befreiung vorgesehen ist, ausgesetzt ist.⁶⁰

Umgekehrt liegt der Vorteil von Pay-TV und noch mehr von Pay-per-view gegenüber dem Werbefernsehen darin, daß der Zuschauer hier eine wesentlich stärkere und direktere Mitsprachemöglichkeit hat. Im werbefinanzierten Fernsehen

hat er lediglich auf dem Umweg über die Einschaltquoten, die die Werbeeinnahmen bestimmen, Einfluß auf die Programmgestaltung. Er kann eine Sendung einschalten oder nicht, er kann nur mit ja oder nein stimmen. Hingegen ist es ihm in einem Pay-TV-System möglich, die Intensität seiner Nachfrage nach einem Programm zum Ausdruck zu bringen, d.h. "wieviel von seinem Einkommen er bereit ist, dafür zu opfern. Wenn zwei Programme gleiche Einschaltquoten haben, so kann dennoch das eine Programm seinen Hörern mehr wert sein - im Sinne der Bereitschaft, dafür Einkommen zu opfern - als das andere. Während das werbefinanzierte Fernsehen nur Hörer zählt, zählt pay-tv 'Dollarstimmen'." ⁶¹ Großes Interesse kann eine kleine Teilnehmerwahl wett machen. Schlagwortartig formuliert: ein Pay-TV-Programm muß so konzipiert sein, daß es eine größere Zahl von Menschen so interessiert, daß sie bereit sind, dafür zu bezahlen, während es für ein werbefinanziertes Programm darum geht, möglichst wenigen Leuten so schlecht zu gefallen, daß sie es ausschalten.

Pay-per-view und in abgeschwächter Form Pay-TV leisten also einen wesentlich besseren Präferenztransfer, mit dem gewichtigen Problem allerdings, daß das sich schließlich ergebende Programm natürlich entscheidend von der gesellschaftlichen Einkommensverteilung abhängt, die "Stimmverhältnisse" also von vorneherein ungleich sind.

Im gebührenfinanzierten, öffentlich-rechtlichen Rundfunksystem, dessen Zielsetzung nicht ökonomischer Natur ist, findet auch kein Präferenztransfer auf ökonomischen, wohl aber auf anderem Wege statt. Über die Effektivität kann deswegen auch nicht aufgrund ökonomischer Erwägungen entschieden werden. ⁶²

Ein Pay-TV wirft also Probleme in Bezug auf die Zugangschancen von Rezipienten zur Massenkommunikation und damit im Hinblick auf die Kommunikationsgerechtigkeit auf und kommt deswegen nicht als Grundfinanzierungsmodus in Frage.

Für zusätzliche Programme, die Spezialinteressen befriedigen und sonst überhaupt nicht zustande kämen, kann es aber akzeptiert werden. Ein werbefinanziertes Programm hat Nachteile in Bezug auf den Präferenztransfer; sehr viel schwerer wiegt jedoch, daß die Abhängigkeit von Werbeeinblendungen mit Sicherheit Einflüsse auf das Programm bewirkt.⁶³

Anderen Finanzierungsarten, wie die durch "altruistische", d.h. nicht gewinnorientierte, sondern in der Regel politisch oder weltanschaulich interessierte Träger oder durch Spenden dürfte nur marginale Bedeutung zukommen.⁶⁴

8.2.3.2 Realisierungschancen der verschiedenen Formen

Werbefernsehen ist auf eine ausreichende Kapazität des Werbemarktes angewiesen. Umstritten ist, ob neue Medien und erweiterte Werbemöglichkeiten auch eine zusätzliche Nachfrage nach Werbeeinblendungen hervorruft. Diese Frage wird seit der Ausstrahlung von Werbung im Fernsehen im Zusammenhang mit einer behaupteten Gefährdung der Presse heftig diskutiert.⁶⁵ Nach einer Untersuchung von E.Witte und J.Senn erweist sich die Behauptung als fragwürdig, "eine Öffnung der Fernsehwerbung würde zu einem zusätzlichen Werbeaufkommen führen"⁶⁶. Langfristige Zeitreihen sprechen dafür, daß das Werbeaufkommen eng mit der volkswirtschaftlichen Gesamtleistung verknüpft ist.

Werbefinanzierte Fernsehprogramme setzen also eine Umstrukturierung von Werbung voraus. Dieser Prozeß wird zum Teil über sinkende Einschaltpreise durch größeres Angebot zu Lasten der öffentlich-rechtlichen Anstalten gehen, die ja nicht versuchen können, die Verluste durch eine Ausdehnung der Werbezeiten zu kompensieren, zum Teil zu Lasten der Presse, wobei von überregionalen Programmen vor allem die Zeitschriften, von regionalen die Tageszeitungen betroffen wären.⁶⁷

Unter dieser Annahme eines nur langsam expandierenden Werbemarktes kann man davon ausgehen, daß in Westeuropa kaum eine größere Anzahl neuer Programme zu finanzieren ist. In der Bundesrepublik werden es auf nationaler Ebene höchstens zwei Programme sein können, im regionalen und subregionalen Bereich sieht die Situation, wie bereits dargestellt, noch ungünstiger aus.

Bei der Finanzierung über Teilnehmerentgelte setzt Pay-per-view eine technisch hochwertige und teure Verkabelung voraus, während für Pay-TV eine einfache Netzstruktur genügt. Technisch möglich ist auch eine Abstrahlung kodierter Pay-TV-Programme über Satellit. Diese Finanzierungsform eignet sich "nur für Programme, die sich mit spezifischen Inhalten an ein spezifisches Publikum richtet, es ist keine Finanzierungsform für Mischprogramme"⁶⁸. Für die Bundesrepublik zeichnet sich bereits im Vorfeld ein Monopol im Pay-TV-Bereich durch den Zusammenschluß von führenden deutschen Medienkonzernen und internationalen Firmen ab,⁶⁹ gegen das etwaige Konkurrenten kaum Marktchancen haben werden. Der Gedanke durch neue Übertragungsmöglichkeiten in Kombination mit einer Finanzierung über Pay-TV eine Vielzahl spezialisierter Programme - Bildungs-, "Kultur"-, Sport-, Nachrichten-, "Minderheiten"-Programme etc. - zu realisieren, erweist sich als Illusion. Die besten Chancen dürfte ein überwiegend aus Spielfilmen bestehender Kanal haben.⁷⁰

8.3. Veränderung der Medienstruktur durch die Entstehung privatwirtschaftlichen Rundfunks

Die neuen technischen Möglichkeiten im Bereich der Massenmedien schaffen nicht nur neue Übertragungswege, erschließen nicht nur neue Kommunikationsräume und bieten nicht nur eine größere Anzahl von Programmen, sondern ermöglichen auch eine Veränderung der organisatorischen und rechtlichen Strukturen. Allerdings ist das Ursache-Folge-

Verhältnis nicht ganz so eindeutig. Auch die umgekehrte Feststellung, daß die angestrebten neuen Medienstrukturen die Ursache für die forcierte Einführung der neuen Medien sind, hat einige Plausibilität für sich. Die Veränderungen, die sich abzeichnen, bringen die Übertragung des privatwirtschaftlichen Modells auch auf den Rundfunkbereich mit sich.⁷¹

8.3.1 Kennzeichnung der neuen Rundfunkstruktur

In einer solchen neuen Rundfunkordnung soll "jedermann" - sofern er die nötigen Mittel aufbringt und eine Rundfunklizenz erhält - Rundfunk betreiben und Programme ausstrahlen können, für die die Forderung der Ausgewogenheit nicht mehr gilt, die also eine beliebige (einseitige) Tendenz vertreten können. Die Steuerung eines solchen Rundfunks gemäß den (ökonomisch relevanten) Bedürfnissen des Publikums wird von den Marktkräften erwartet, die auch die Berücksichtigung und Widerspiegelung der gesellschaftlichen Vielfalt sichern sollen, so daß schließlich die Gesamtheit aller privaten Fernseh- bzw. Hörfunkprogramme die geforderte Ausgewogenheit und Objektivität der Information gewährleistet. "Schlagwortartig spricht man dabei auch von einer außenpluralistisch organisierten intermedialen Meinungs- und Angebotsvielfalt."⁷² Die Rundfunkveranstalter können kommerziell organisiert sein, ja müssen dies eigentlich, um die Wirksamkeit der Marktkräfte zu gewährleisten. Allerdings sehen alle Mediengesetze bzw. Entwürfe Regelungen vor, die fehlende Marktkräfte ersetzen und unerwünschten Markteffekten entgegenwirken sollen. Ein Marktmodell wird zwar angestrebt, zugleich aber ist eine Fülle von gesetzlichen Regelungen und Korrekturmöglichkeiten vorgesehen.

Neben dieser außenpluralen Struktur wird im Zusammenhang mit den Neuen Medien aber auch die Zwitterform der binnenpluralen, kommerziellen Struktur diskutiert. Sie soll

einerseits Vorform und andererseits Reserve für das außen-plurale Modell sein, wenn die dafür erforderliche Vielzahl von Rundfunkveranstaltern noch nicht oder nicht mehr besteht, oder falls sich erweisen sollte, daß das außen-plurale Modell Vielfalt nicht erreichen kann. Diese Mischform sieht einerseits private, kommerziell orientierte Rundfunkveranstalter vor, andererseits aber ein pluralistisch besetztes Aufsichtsgremium, das angesichts fehlender Vielzahl die notwendige Vielfalt innerhalb des einzelnen privaten Programms sicherstellen soll. Es wird ein "öffentlich-rechtliches Dach" über kommerziellen Rundfunkunternehmen errichtet.

Bei dieser Konstruktion bleiben allerdings einige Fragen offen. Es erscheint unklar, auf welche Weise ein solches Gremium, das nicht Teil der Organisationsstruktur des Rundfunkunternehmens ist, dafür sorgen soll, daß sich die gesellschaftliche Vielfalt im Programm widerspiegelt. Im Unterschied zu den Rundfunk- bzw. Verwaltungsräten im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, die neben der direkten Programmkritik auch Einflußmöglichkeiten durch Personal- und Finanzentscheidungen haben, können sie keine entscheidenden Unternehmensparameter beeinflussen. Eine Programmkontrolle nur über Programmauflagen bei entgegenstehenden publizistischen und eventuell politischen Zielen und ökonomischen Interessen des Veranstalters dürfte kaum wirksam durchzusetzen sein. Wenn man einen Konflikt zwischen den kommerziellen Zielen privaten Rundfunks und den im öffentlichen Interesse durch das "öffentlich-rechtliche Dach" zu sichernden Standards annimmt oder wenigstens nicht ausschließt, dann ist ziemlich eindeutig, welche Seite sich durchsetzt. Auch ausländische Erfahrungen⁷³ belegen, daß eine Kontrolle, die ökonomischen Gesetzmäßigkeiten im größeren Ausmaß zuwiderläuft und die Rentabilität gefährdet, zum Scheitern verurteilt ist, es sei denn, der Rundfunk gäbe seinen kommerziellen Charakter auf.

"Binnenpluralistische Organisation von Rundfunkveranstaltern... und Verfolgung kommerzieller Ziele durch die gleiche Institution sind daher als prinzipiell unvereinbar anzusehen."⁷⁴

Um den begründeten, von vielen Seiten, auch von der katholischen Kirche,⁷⁵ formulierten Verdacht auszuräumen, daß die Aufsichtsgremien des privatwirtschaftlichen Rundfunks nur eine Alibi-Funktion, nicht zuletzt im Hinblick auf eine verfassungsgerichtliche Überprüfung habe, müßten sie eine deutlich gesteigerte Kompetenz und Durchsetzungsfähigkeit besitzen.

Selbst wenn sich eine befriedigende Aufsichtsregelung finden und realisieren ließe, "bliebe die Frage, worin die Rechtfertigung dafür läge, einen solchen Rundfunk privatwirtschaftlich einzurichten. Er erhielte eine Art Monopol."⁷⁶ Es fehlt dann ja gerade die Steuerung durch den Markt. Der Sinn eines privaten, kommerziellen und zugleich binnenpluralistischen Rundfunks mit inhaltlicher Programmbindung und -kontrolle ist nicht zu erkennen; ebenso wenig ist die Funktionsfähigkeit eines solchen Modells zu erwarten. Es wird auch nur als Notlösung vertreten und zwar einerseits von den Protagonisten eines "freien", kommerziellen Marktes auch im Rundfunkbereich, solange sich dieser (noch) nicht realisieren läßt, und andererseits von einem Teil der Befürworter des öffentlich-rechtlichen Prinzips, um schlimmeres, d.h. außenpluralen kommerziellen Rundfunk, zu verhindern. Er ist die "uneigentliche" Form der eigentlich außenpluralen kommerziellen Rundfunkorganisation, der die folgenden Ausführungen primär gelten.

8.3.2 Besonderheiten gegenüber der Situation der privatwirtschaftlichen Presse

Ein außenplurales, privatwirtschaftliches Mediensystem wurde am Beispiel der Presse bereits analysiert. Die dabei gewonnenen Ergebnisse gelten im grundsätzlichen auch

für einen dementsprechend strukturierten Rundfunk und müssen an dieser Stelle nicht wiederholt, sondern können vorausgesetzt werden.⁷⁷ Auf einige Besonderheiten oder Verschärfungen will ich allerdings hinweisen.

8.3.2.1 Verstärkte Werbeabhängigkeit

Der Einfluß der Werbung auf die inhaltliche Ausrichtung ist beim privatwirtschaftlichen Rundfunk aus mehreren Gründen höher anzusetzen als bei der Presse.

Kommerzieller Rundfunk ist, sofern er werbefinanziert ist - und man kann davon ausgehen, daß diese Form für absehbare Zeit dominiert, speziell bei Vollprogrammen -, zu hundert Prozent von Werbung abhängig.

Daneben ist der Kreis der Anzeigenkunden kleiner als bei einer Tageszeitung, deren Anzeigen von einem weitgestreuten Kundenstamm kommen und zu einem beträchtlichen Teil aus privaten Kleinanzeigen bestehen, von denen kaum ein systematischer Einfluß auf die inhaltliche Ausrichtung der Zeitung ausgehen kann. Dagegen ist Rundfunk-, insbesondere Fernsehwerbung, nur für einigermaßen finanzkräftige Firmen erschwinglich.⁷⁸

Wenn die werbetreibende Wirtschaft einen kommerziellen Rundfunk vollständig finanziert, ist das Einflußpotential bei Themen, die für diese gesellschaftliche Gruppe sensibel sind, erheblich. Die Berücksichtigung dieser Situation und die Antizipation möglicher Reaktionen wird - ohne aktive Einflußnahme - dazu führen, daß das Programm in wichtigen Punkten und genereller Ausrichtung nicht gegen die Interessen der Programmfinanziers verstößt.⁷⁹

Zu diesen finanzierungsbedingten Ursachen kommt noch ein medienspezifischer Grund hinzu. Im Gegensatz zu den im Raum angeordneten Inhalten der Presse ist bei den zeitlich aufeinanderfolgenden Beiträgen des Rundfunks die Verflechtung der Werbung mit dem "redaktionellen Umfeld" enger

(und die Möglichkeit, der Werbung zu entrinnen, für den Rezipienten sehr viel kleiner), erst recht bei programmunterbrechender Werbung. Das Programm muß deshalb sehr viel stärker auf die Werbung zugeschnitten werden, bis hin zu einer werbeeinblendungsgerechten Dramaturgie von Beiträgen.⁸⁰ "Gerade diese Umfeldfunktion des eigentlichen Programms wird in der Analyse häufig übersehen. Die Werbezeitkäufer legen jedoch großen Wert darauf, daß ihre Botschaften nicht auf einem kritischen, konsumfeindlich 'vorprogrammierten' Rezipienten treffen."⁸¹ Der Einfluß der Werbung auf die Programminhalte wird allerdings selten so deutlich zu belegen sein, wie für Italien, wo der werbenden Wirtschaft von den Werbevermittlungsfirmen offeriert wird: "Das Programm des Sender Soundso kann nach ihren Wünschen ausgerichtet werden."⁸²

Die Gefahr, daß Werbung der verbindende Rahmen, ja im Endeffekt der verbindliche Teil des Programms ist und über Programmelemente "letztlich und allein der Erfolg dieser Werbung entscheidet"⁸³, muß gesehen werden. Die zentrale Bedeutung der Werbung kann schon daran erkannt werden, daß ihre Produktionskosten in der Regel ein Mehrfaches des umgebenden Programms betragen.⁸⁴

Durch eine gesetzliche Regelung von Werbezeit⁸⁵ und -formen läßt sich diese Abhängigkeit nicht aufheben, allenfalls können die schlimmsten Auswüchse eingedämmt werden.

8.3.2.2 Verschärfung des Konzentrationsproblems

Auch das Konzentrationsproblem stellt sich bei Zulassung kommerzieller Rundfunkanbieter verschärft und zwar intra- wie intermedial. Es lassen sich drei Problemkreise unterscheiden:

1. Es entsteht eine oligopolistische Marktstruktur im Rundfunkbereich;
2. die Zahl der Printmedien, speziell der Tageszeitungen, wird sich verringern;

3. es kommt zu intermedialen Verflechtungen und Konzernen.

1. Intramedial muß davon ausgegangen werden, daß der Rundfunk-, zumindest jedoch der Fernsehmarkt, oligopolistische Struktur aufweisen wird.⁸⁶ Weder für kommerzielle nationale Vollprogramme, noch für Spartenprogramme und erst recht nicht für Regional- oder Lokalprogramme im Fernsehen kann eine Vielzahl von Anbietern erwartet werden. Die notwendigen enormen finanziellen Aufwendungen und die beträchtlichen Kostenvorteile bei zunehmender Unternehmensgröße⁸⁷ werden einen ausreichenden Wettbewerb mit Sicherheit verhindern.

2. Man kann sicherlich davon ausgehen, daß die elektronischen Medien die Presse nicht ersetzen und auch nicht verdrängen können; dazu sind die publizistischen Leistungen zu unterschiedlich. Die Zeitung wird ausreichend Leser finden. Gefahr droht primär vom Werbemarkt.

Folgenreiche Anzeigenverluste sind insbesondere im lokalen und regionalen Bereich bei Einführung von regionalem Rundfunk zu erwarten. Zwar kann man auch im Bereich der Werbung von einer Komplementarität der verschiedenen Medien ausgehen, aber einen Teil der Werbung kann der Rundfunk sicher von der Presse abziehen. Die Printmedien eignen sich besonders gut für Anzeigen mit Selektionswirkung⁸⁸ und für informationsintensive Anzeigen mit Massenwirkung, während der Rundfunk bei informationsärmerer, emotionaler Massenwerbung, speziell bei Imagewerbung, Vorteile hat. Ein Anzeigenrückgang wird vor allem Tageszeitungen in nachrangiger Marktposition gefährden, deren Situation oft jetzt schon prekär ist und die darüber hinaus noch stärker als Erst- und Monopolzeitungen von Anzeigen mit Massenwirkung abhängig sind.⁸⁹ Gefährdet sind aber auch Kleinbetriebe, unabhängig von ihrer Marktposition.⁹⁰ Trotz der publizistischen Konkurrenzfähigkeit der Zeitungen mit den elektronischen Medien ist aufgrund der zu erwartenden Entwicklung auf dem Werbemarkt ein "Zeitungssterben vorprogram-

miert"⁹¹.

3. Schon jetzt zeigt sich, daß die Neuen Medien von Presseverlagen beherrscht werden und multimediale Unternehmen entstehen. Bei nationalen Fernsehprogrammen spielen Großverlage sowie Verlegerzusammenschlüsse und bei regionalem Rundfunk die jeweilige Regionalzeitung die dominierende Rolle. Die Gründe für eine solche Verflechtung liegen auf der Hand. Erstens haben Verlage durch ihre publizistische Erfahrung und den Zugang zu entsprechendem "Personal" einen Startvorsprung.⁹²

Zweitens verschafft ihnen die Möglichkeit der Mehrfachnutzung von Medieninhalten, Einrichtungen und Mitarbeitern einen Kostenvorteil.⁹³ M.Lahnstein weist auf den eigentlichen Engpaßfaktor "Kreativität" hin. Dementsprechend werden gute Autoren und Ideen zunehmend multimedial und international genutzt. Für ihre optimale Verwertung muß man ihnen "alle Kanäle für Produktion und Distribution zur Verfügung stellen"⁹⁴.

Drittens geht es den Verlegern darum, ihren Markt zu verteidigen und insbesondere Einbrüche bei den Werbeeinnahmen zu verhindern. Unter Hinweis auf die Gefährdung ihrer wirtschaftlichen Existenz und die Bedrohung der Zeitungsvielfalt haben die Verleger Zugang - gar privilegierten Zugang - zu den Neuen Medien gefordert.⁹⁵ Die Monopolkommission hält aber dieses Argument mit Recht nicht für stichhaltig, auch wenn die Bedrohung besteht. "Von den Neuen Medien gegebenenfalls ausgehende wirtschaftliche Verdrängungswirkungen treten in Abhängigkeit von der Eigenart der Medien, aber unabhängig von ihren Eigentumsverhältnissen ein. Wenn z.B. Zeitungen in Folge des Vordringens der Neuen Medien unwirtschaftlich würden, so würde sich ihre Wirtschaftlichkeit nicht allein dadurch erhöhen, daß die Zeitungsverleger zusätzlich die Neuen Medien betreiben oder daran beteiligt werden. Es wäre allenfalls

denkbar, daß innerhalb der so entstehenden Medienkonglomerate unrentable Printmedien mit Hilfe der Gewinne aus elektronischen Medien finanziert und erhalten würden. Eine solche Entwicklung, die dem wirtschaftlichen Eigeninteresse der Verleger widersprechen würde, wird von der Monopolkommission weder für wahrscheinlich noch für wünschenswert⁹⁶ gehalten."⁹⁷

Intermediale Verflechtung ermöglicht die Entwicklung von Großverlagen zu gewaltigen Multi-Media-Konzernen mit erheblicher publizistischer Macht. Die Gefahr, daß die Meinungsbildung in erheblichem Ausmaß von wenigen Unternehmen beeinflußt werden kann, ist dann nicht mehr von der Hand zu weisen. Dabei dürfte weiterhin eine erhebliche Dynamik in Bezug auf Konzentration festzustellen sein. "Die Zusammenballung ökonomischer Kraft - die Konzentration - zahlt sich auf kaum einem Markt stärker aus als auf dem Markt der Kommunikation."⁹⁸ Dies hat nicht nur multimediale, sondern auch multinationale Verflechtung zur Folge.

Die Entstehung intermedialer Verflechtungen und multimedialer Konzerne reduziert die gegenseitige Kontrolle von Rundfunk und Presse. Berichterstattung über das jeweils andere Medium und Kritik an ihm sind nicht frei von ökonomischen Eigeninteressen. Die eigene Zeitung bzw. der eigene Sender werden bevorzugt bzw. geschont,⁹⁹ und die Programmankündigung, -information und -kritik sind einseitig.¹⁰⁰

"Angesichts der ausgeprägten Kostenvorteile zunehmender Unternehmensgrößen sind die Möglichkeiten, innerhalb der einzelnen Medien einen funktionsfähigen wirtschaftlichen und publizistischen Wettbewerb zu erhalten, beschränkt. Umso wichtiger ist es für die Erhaltung der verfassungsmäßig geschützten Meinungsvielfalt, den Wettbewerb zwischen den verschiedenen Medien unbeschränkt zu erhalten. ... Die Offenheit des Wettbewerbs zwischen den Medien erfor-

dert ein entschlossenes Vorgehen gegen medienübergreifende Kapitalverflechtungen marktbeherrschender Unternehmen."¹⁰¹ Die Monopolkommission schlägt deshalb vor, privaten Rundfunk über Teilnehmerentgelte zu finanzieren, wodurch eine Gefährdung der Presse verhindert würde, und marktbeherrschenden Verlagen den Zugang zum Rundfunk im Gebiet ihrer dominanten Stellung zu versagen.

Die Frage allerdings stellt sich, warum überhaupt eine privatwirtschaftliche Struktur erwogen wird, wenn ein funktionierender Markt und ein ausreichender ökonomischer und publizistischer Wettbewerb sowieso nicht zu erwarten sind und die Zahl der Rundfunkveranstalter eng begrenzt bleibt. Erst recht ist natürlich fraglich, wie die Einführung privatwirtschaftlichen Rundfunks legitimiert werden soll, wenn nichts gegen dabei entstehende Konglomerate unternommen wird, wodurch bestehende Kommunikationsmacht erweitert, der Wettbewerb zwischen den Medien weitgehend aufgehoben, die Vielfalt im Pressewesen, sofern man davon noch sprechen kann, weiter reduziert und die Zahl der unabhängigen Kommunikationskanäle letztlich verringert wird. Dazu dürften auch die für die Finanzierung der Neuen Medien notwendigen Kooperationen und gemeinsamen Tochtergesellschaften von Verlagen beitragen, die Unabhängigkeit und Konkurrenz nicht fördern werden.¹⁰²

8.3.3 Programmvermehrung und Vielfaltsanspruch

Neue private Rundfunkprogramme werden fast immer mit dem Hinweis auf eine dadurch wachsende Vielfalt des Programmangebots propagiert. Nun ist es allerdings mittlerweile ein Gemeinplatz, daß Vielzahl nicht unbedingt Vielfalt bedeutet, ja sogar das Gegenteil bewirken kann,¹⁰³ wobei die Beurteilung erheblich vom verwendeten Vielfaltsbegriff bestimmt wird.¹⁰⁴

Vielfalt hat mehrere Dimensionen:¹⁰⁵

1. Die Vielfalt der Programmtypen hebt ab auf "die Berücksichtigung unterschiedlicher Sparten und Themen, also z.B. Unterhaltung, Information, Bildung, Kultur und Beratung"¹⁰⁶.
2. Pluralistische Vielfalt bezieht sich auf die verschiedenen Gruppierungen in der Gesellschaft, die ihre Themen, Meinungen und Interessen im Programm wiederfinden sollen. Es geht also um die Darstellung der Meinungsvielfalt, insbesondere der politischen.
3. "Ein seltener sobenannter Aspekt von 'Vielfalt' der Programme kann sodann aus der Berücksichtigung der geographischen oder politisch zu bestimmenden Stufung zwischen 'Nah'- und 'Fernbereichen' sich ergeben. Kulturell und kultursoziologisch interessiert die Frage, ob und wie sich das Publikum durch die Funkprogramme in den gestuften Ambienten der für es belangvollen Lebens- und Kultureinheiten wiederfinden kann (Gemeinde, Region, Land, Staat, Nation, Europa, Weltgesellschaft). Unter politischen und politikwissenschaftlichen Aspekten ergibt sich konkreter die Frage, ob und wie die Informationsleistungen der Medien den verschiedenen politischen Einheiten zugeordnet sind, an deren politischer Willensbildung der Bürger teilnehmen soll."¹⁰⁷

Ein Rundfunkprogramm, das beansprucht vielfältig zu sein, wird sich zumindest um alle diese Dimensionen bemühen müssen.

Ist das von einem kommerziellen Rundfunk zu erwarten?

Hier muß jedes Programm versuchen, ein möglichst großes Publikum zu erreichen. Als Rahmenbedingung kann man für die Bundesrepublik wie vermutlich für ganz Westeuropa eine oligopolistische Marktstruktur unterstellen. Wenn man annimmt, daß verschiedene Gruppierungen der Zuschauerschaft spezielle Programminteressen haben, die wiederum für andere Gruppierungen relativ unattraktiv sind, daß

es aber auch Programmtypen gibt, die für eine sehr breite Mehrheit so akzeptabel sind, daß sie zwar meist nicht erste Priorität darstellen, aber dem Ausschalten vorgezogen werden, dann ist es für einen werbefinanzierten kommerziellen Rundfunkveranstalter vernünftig, nicht auf das Spezialinteresse einer Gruppe einzugehen, sondern das für eine breite Mehrheit akzeptable Programm anzubieten. Dieses wird häufig als "kleinster gemeinsamer Nenner"¹⁰⁸ bezeichnet. Auch für einen zweiten oder dritten Sender ist es in der Regel lohnender, mit einem gleichartigen Programmtyp um die Mehrheit zu konkurrieren und sie anteilmäßig zu gewinnen, als mit einem auf eine bestimmte Gruppe zugeschnittenen Programm Spezialinteressen zu befriedigen. "Bei oligopolistischen Marktstrukturen besteht eine starke Tendenz zur Verdoppelung von Programmtypen."¹⁰⁹

Einzelwirtschaftliche Erwägungen führen unter solchen Marktstrukturen zu der "unökonomischen" Situation, daß statt komplementärer Programme "gleiche"¹¹⁰ angeboten werden. Der permanente Zwang zu "Massenattraktivität" erfordert eine Programmkonzeption, die auf eine unspezifische Versorgung einer breiten "Mitte" zielt. Randgruppen der Gesellschaft werden mit ihren Problemen und Interessen kaum repräsentiert sein, wie auch generell keine speziellen Interessen kleiner Gruppen. Überhaupt wird das Gruppenspezifische, da es sonderet, gegen das Allgemeine, das für jeden - zumindest für eine möglichst breite Mehrheit - Akzeptable kaum eine Chance haben. Gruppenspezifische, pluralistische Vielfalt der Meinungen wird sich also kaum finden, statt dessen der Versuch, "breiteste gemeinsame Meinungsnenner" für eine breite Mitte zu finden. H.J.Kleinsteuber konstatiert für das nordamerikanische System eine "im Bereich politischer Nachrichten feststellbare Tendenz zum Konformismus, zum Vermeiden jeder heiklen Kontroverse"¹¹¹.

Zugleich muß, soweit das mit dieser Zielsetzung vereinbar ist, befürchtet werden, daß diejenigen gesellschaftlichen Gruppen, die den Rundfunk betreiben oder durch Werbung finanzieren, ihre Meinung dominierend einbringen können, bzw. ihren Interessen zuwiderlaufende Positionen unterdrücken können.¹¹²

Analog gilt auch im Hinblick auf die Forderung nach "räumlicher Vielfalt", daß ökonomische Zwänge die Programmorientierung auf ein - geographisch - möglichst breites Publikum fordern. Daraus folgt: "Die Kommerzialisierung ist untrennbar mit der Internationalisierung des Rundfunksystems verknüpft."¹¹³ Private Programmproduktionsfirmen müssen ihre Filme möglichst auf eine weltweite Vermarktung ausrichten. Das Einbringen kultureller und sozialer Besonderheiten einer Gesellschaft ist dafür hinderlich. Diese dürfen zwar als "Lokalkolorit" erscheinen, aber nur in einem Handlungsrahmen, der in seinen tragenden Themen und Motiven eben gerade nicht kulturspezifisch ist, wodurch der Rückgriff auf Klischees zur einfachen und schnellen Kennzeichnung des lokalen Bezugs gefördert, der interkulturellen Verständigung aber bestimmt nicht gedient wird.

Nicht alle Kulturen und Märkte sind allerdings gleich wichtig. Eine besondere Rolle kommt wegen seiner Größe dem amerikanischen Markt zu, von dem und für den die meisten Medienproduktionen hergestellt werden, so daß sich, noch verstärkt durch die Bedeutung der englischen Sprache, die Internationalisierung des Programmarktes als Amerikanisierung darstellt und Züge nicht nur einer kulturellen Vereinheitlichung, sondern auch eines "kulturellen Kolonialismus"¹¹⁴ zeigt. In Programmen privater, kommerziell orientierter Rundfunkveranstalter werden also aus ökonomischen Gründen Produkte eines internationalen Marktes mit weltweit verkäuflichen Inhalten dominieren, die zum großen Teil aus den USA stammen. Bereits die Berücksich-

tigung nationaler Kultur erscheint stark eingeschränkt und bedroht. Erst recht wird eine Berücksichtigung regionaler und lokaler Belange und Besonderheiten unwahrscheinlich.¹¹⁵ Private Fernsehprogramme werden in der Regel für ein nationales oder internationales Ausstrahlungsgebiet konzipiert und wesentlich von Produktionen mit internationaler Verbreitung geprägt sein. Der Nahbereich dürfte kaum lukrativ sein.

Auch räumliche, "landsmannschaftliche" Vielfalt darf also von einem privatwirtschaftlichen Fernsehen - und vermutlich auch Hörfunk - nicht erwartet werden.

Schließlich wird Unterhaltung, als publikumsattraktivste Sparte, im privatwirtschaftlichen Rundfunk auf Kosten der anderen Programmkategorien dominieren. Unterhaltung bietet darüber hinaus, im Gegensatz vor allem zur aktuellen Information, die Möglichkeit einer relativ problemlosen internationalen Vermarktung und der Wiederholung, die aus Rentabilitätsgründen eine immer größere Rolle spielen wird. Da im Vergleich zur gegenwärtigen Situation mit kleineren Programmbudgets durch eine Aufteilung des nur recht begrenzt vermehrbaren "Werbekuchens" auf mehrere Programme und mit höheren Kosten wegen vermehrter Nachfrage nach Personal und Software gerechnet werden muß, ist auch nicht mit einer steigenden Qualität, sondern eher mit "billiger" Unterhaltung und mehr Wiederholungen zu rechnen, zumal das Angebot an qualitativ guter Unterhaltung wohl nur unterproportional zur Nachfrage zu vermehren ist.

Insgesamt muß vor großen Vielfaltserwartungen gegenüber einem privatwirtschaftlichen Rundfunk gewarnt werden. Die Wahrscheinlichkeit, daß die Kommunikationsmöglichkeiten "auf den Ausschnitt an Kommunikation eingeengt werden, der für kommerzielle Verwertung taugt"¹¹⁶ ist hoch. Der Verzicht auf Kontroverses und Randständiges, auf soziale und räumliche Differenzierung, auf Experimente und Ungewohntes sowie die Konzentration auf Unterhaltungsange-

bote, die für eine breite Mehrheit akzeptabel, wenn auch nicht unbedingt erste Präferenz sind, bedeuten einen Rückschritt hinter den im öffentlich-rechtlichen Rundfunk erreichten Vielfaltsstandard.

Eine solche Programmpolitik kann auch nicht als "integrativ" bezeichnet werden und von daher eine positive Bewertung erlangen. Integration geschieht nicht durch Ignorierung von Unterschieden, das Verdrängen von Konflikten oder durch ständige Appellation an ein Wir-Gefühl. Integration ereignet sich nicht-totalitär nur da, wo Verschiedenheit zum Ausdruck gebracht werden kann und als legitim anerkannt wird und wo die daraus resultierenden Konflikte kommunikativ einem Lösungsversuch zugeführt werden.

Um Mißverständnisse zu vermeiden, sei betont: eine Programmpolitik, wie sie von einem privatwirtschaftlichen Fernsehen erwartet werden kann, ist nicht "an sich" schlecht. Sie ist "nur" unzureichend. Die Orientierung an einem Möglichst breiten Publikum ist notwendig und legitim, solange sie nicht ausschließlich vorherrscht.

An dieser Stelle setzen zwei Fragen an, denen nachgegangen werden muß.

1. Lassen sich Qualität und Vielfalt im privaten Rundfunk nicht durch Regelungen sicherstellen, die dafür sorgen, daß das Programm zureichend wird? So fordert U.Saxer, entsprechend "der Einsicht, daß der völlig sich selbst überlassene Kommunikationsmarkt... kaum in Stande ist, ein ... gesamtgesellschaftlich optimales Fernsehangebot zu garantieren"¹¹⁸, daß Regelungen und Anreize geschaffen werden müssen, um eine "baldige Vermehrung nicht bloß von Gleich-, sondern auch Verschiedenartigem auf dem Programmmarkt"¹¹⁹ zu erreichen.

2. Bringt ein privatwirtschaftlicher Rundfunk, der öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht ersetzt, sondern ergänzt, nicht vielleicht insgesamt doch eine Zunahme von Vielfalt,

jedenfalls selbst bei mangelnder Vielfalt insgesamt keine Reduktion, da ja der öffentlich-rechtliche Bereich nicht angetastet wird? Entsteht so nicht insgesamt ein zureichendes, möglicherweise besseres Programmangebot, selbst wenn die privatwirtschaftlichen Programme unzureichend sind? Zur Diskussion stehen also die Auswirkungen eines dualen Rundfunksystems, wie es beispielsweise in Großbritannien oder Japan schon lange existiert, und damit die Frage, ob eine "Bestandsgarantie" des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auch seine inhaltliche Identität schützen kann.

8.3.4 Regulierung eines privatwirtschaftlichen Rundfunks

Eine Kontrolle und Regulierung privaten Rundfunks wird in beinahe allen Ländern, in denen er zugelassen ist, versucht, aber überall zeigen sich die Probleme dieses Verfahrens. In der Regel ist die Kompetenz oder die Sanktionsmöglichkeit der Kontrollinstanz nicht ausreichend. Ein besonderes Problem stellt die politische Durchsetzung von Regelungen gegen die konzentrierte publizistische Macht der privaten Medien dar.¹²⁰ Weiterhin sind Auflagen und Standards in Bezug auf die Programmqualität sehr schwer zu kontrollieren und Verstöße kaum unstrittig und "gerichtsfest" festzustellen, solange es sich nicht um eindeutig quantifizierbare Sachverhalte, wie z.B. Quoten für inländische Produktionen, handelt.¹²¹ Schließlich können Regelungen, insbesondere Lizenzerteilungs- und Lizenzentzugsverfahren Einbruchstellen für staatlichen Einfluß sein.

Das Grundproblem einer Regulierung des privatwirtschaftlichen Rundfunks ist allerdings darin zu sehen, daß diese externen Regulierungsimpulse den internen ökonomischen Imperativen des Rundfunkmarktes in der Regel entgegenwirken müssen, zumindest den betriebswirtschaftlichen Interessen nicht parallel laufen können, denn ansonsten

wären sie unnötig. Sie werden teils zu Kostensteigerungen (z.B. durch Inlandsquoten), teils zu Einnahmeverlusten (z.B. durch Begrenzung von Werbung oder durch Verpflichtung zu Minderheitenprogrammen) führen. Auch die optimale Ausnutzung von Ressourcen (z.B. durch das Verbot von intermedialen Zusammenschlüssen) kann behindert sein. Diese ökonomische Belastung ist solange einigermaßen unproblematisch, solange die wirtschaftliche Lage der Rundfunkunternehmen gut ist. Wenn sie hingegen prekär wird, ist die Durchsetzung der Auflagen gefährdet bzw. nur um den Preis des wirtschaftlichen Zusammenbruchs von Programmveranstaltern möglich. Dieser kann aber kaum in Kauf genommen werden, da er die in einem außenpluralen Modell unabdingbare Vielzahl reduziert.¹²²

Es besteht also ein Konflikt zwischen den Zielen, eine Vielzahl von Anbietern sicherzustellen und durch Regulierung eine bestimmte Qualität der Massenkommunikation zu gewährleisten. Die Ergebnisse der amerikanischen Literatur zu diesem Thema resümiert B. Wieland so: "Auch vom Bereich der Regulierung gehen starke Tendenzen zu einer oligopolistischen Marktstruktur aus."¹²³ Daraus folgt umgekehrt: wenn man ein außenplurales Rundfunksystem will, wozu ein Minimum an Anbietervielzahl gehört, und wenn dieser Markt nicht allzu gewinnträchtig ist, dann kann man nicht auch noch einschneidende Programmauflagen vorsehen.¹²⁴

Ein weiteres Problem von Regelungsversuchen gegen die Eigengesetze eines Handlungsfeldes ist generell, daß dadurch ausgelöste Ausweichreaktionen der Betroffenen gerade das Gegenteil des angestrebten Zustandes herbeiführen können. Ein Verbot unterbrechender Werbung beispielsweise führt im Ergebnis zu einer Zunahme kürzerer Programmbeiträge. Das Programm wird nicht mehr durch Werbung unterbrochen, sondern schon redaktionell zerstückelt.¹²⁵ Natürlich kann man versuchen, die Ausweichreaktionen durch

weitere Regelungen zu verhindern, die sicher wieder unerwünschtes Umgehen ermöglichen...

Als Konsequenz ergibt sich: Strukturpolitik ist notwendig. "Entscheidend bleibt daher die Frage, ob das außenplurale Modell hinreichende Mechanismen enthält, um publizistische Vielfalt aus sich heraus, d.h. im Regelfall ohne Aufsicht sichern zu können."¹²⁶ Ein Versuch mit Hilfe äußerer Regulierung inneren Handlungsgesetzmäßigkeiten entgegenzuwirken, ist wenig erfolgversprechend. "Generell läßt sich sagen, daß Kontrollinstrumente, deren Wirkung schon im Öffentlich-rechtlichen System im Laufe der Jahre nachgelassen hat, in einem System privater Träger noch weniger Chancen haben, weil sie im Zweifelsfall immer zusätzlich das Argument der Wirtschaftlichkeit gegen sich haben."¹²⁷

8.3.5 Die Problematik eines dualen Rundfunksystems

Privatwirtschaftlicher Rundfunk soll in der Bundesrepublik wie in vielen anderen Ländern Öffentlich-rechtlichen zumindest vorerst nicht ersetzen, sondern ergänzen. Die aufgezeigten Defizite und die eingeschränkte Vielfalt kommerziellen Rundfunks könnten dann ja eher - so eine Argumentationslinie - hingenommen werden, da der Öffentlich-rechtliche Sektor eine "Ausgewogenheit- und Vielfaltsreserve" darstellen und Defizitausgleich leisten könnte.

Da massenattraktive Programme nichts an sich Schlechtes, sondern nur unzureichend sind, ist der Gedanke nicht abwegig, einem solchen kommerziellen Programm ein gemeinwohlorientiertes zur Seite zu stellen, das mit diesem nicht konkurrieren, sondern es komplementieren soll, das also nicht eine Maximierung seiner, sondern der gesamten Einschaltquote anstreben muß.¹²⁸ Damit fiel dem Öffentlich-rechtlichen Bereich letztlich wieder eine Verantwortung für das Insgesamt der Rundfunkprogramme zu, dessen

lukrative, massenattraktive Teile allerdings von privatwirtschaftlichen Veranstaltern autonom angeboten würden. Die Frage ist, ob sich ein öffentlich-rechtlicher Rundfunk dem Wettbewerb entziehen kann, so daß er entweder ein komplementäres oder unbeeinflußt zumindest ein komplettes und umfassendes Vielfaltsstandards genügendes Programm anbieten kann. Beides erscheint eher unwahrscheinlich. Es wird ja auch explizit erwartet, daß die öffentlich-rechtlichen Programme sich der privaten Konkurrenz stellen und im Wettbewerb bewähren.

Eine Finanzierung aus Gebühren macht es zwar zuerst einmal möglich, eine Programmgestaltung unabhängig von Einschaltquoten zu betreiben. Wenn allerdings solchermaßen finanzierte Programme gegenüber den (scheinbar) kostenlosen werbefinanzierten in ihren Einschaltquoten zurückfallen, wenn sie gar in konsequenter Verfolgung einer ergänzenden Programmpolitik primär Minderheiten- und Spezialprogramme mit geringen Einschaltquoten anbieten, ist ihre Existenz in hohem Maße gefährdet, da die Eintreibung¹²⁹ und Erhöhung¹³⁰ der Gebühr praktisch nicht mehr durchzusetzen ist. Wieso auch sollten Zuschauer bereit sein, für ein Programm, das sie kaum einschalten, eine (Zwangs-)gebühr zu bezahlen, wenn ihnen die sie interessierenden Inhalte kostenlos von werbefinanzierten Anbietern zur Verfügung gestellt werden. Die Bedenken von B.-P.Lange könnten sogar bei ausreichenden, der Konkurrenz entsprechenden Einschaltquoten zum Tragen kommen: "Schließlich hat eine Gebührenfinanzierung eines umfassenden Rundfunkprogramms, die bei den Teilnehmern einen Grundkonsens hinsichtlich des Programmangebots und der Gebührenhöhe voraussetzt, gegenüber der Werbefinanzierung kommerzieller Rundfunkveranstalter auf Dauer keine Chance, u.ä. weil dieser Grundkonsens in Frage gestellt wird."¹³¹

Öffentlich-rechtliche Programme müssen also mit privatwirtschaftlichen um Zuschauer konkurrieren, da sie hohe

Einschaltquoten zur Legitimation in der Medienpolitik brauchen. Sie unterliegen damit in erheblichem Maße dem gleichen Zwang zur Maximierung ihrer Einschaltquoten, mit den sich daraus ergebenden bereits dargestellten Konsequenzen. "Der 'spill over effect' des privatwirtschaftlichen Systems auf das öffentlich-rechtlich geführte Unternehmen ist ... in der Regel so groß, daß das nicht auf pure Zuschauermaximierung ausgelegte System die ihm zuge dachte Aufgabe als 'ausgleichender' Faktor nicht erfüllen kann."¹³² Das läßt sich auch anhand der Programmveränderungen öffentlich-rechtlicher Anbieter bei Einführung privatwirtschaftlicher Konkurrenz, beispielsweise in Großbritannien, zeigen, die bei der BBC - abgesehen von der Bewertung - unstrittig sind. "Als Fazit dieser Verhaltensanalyse der beiden englischen TV-Anstalten läßt sich festhalten: die Kombination von privatwirtschaftlichen und nicht-kommerziellen TV-Stationen weist eine starke Neigung zu einer 'Quasi-Kommerzialisierung' auf."¹³³

Ein zusätzlicher Faktor, der die öffentlich-rechtlichen Anstalten zu einer konkurrierenden, statt zu einer komplementären oder unabhängigen Programmgestaltung veranlaßt, ist der Wettbewerb auf dem Werbemarkt. Andererseits würde ein Verzicht auf Werbung die Gebühren in die Höhe treiben, die wirtschaftliche Situation aber vermutlich trotzdem verschlechtern, ganz bestimmt jedenfalls im Verhältnis zur privaten Konkurrenz und damit die Existenz langfristig bedrohen, wenn sie nicht über hohe Einschaltquoten legitimiert wird. Das Ergebnis bleibt mit oder ohne Werbung das gleiche.

Binnenpluralistischer, öffentlich-rechtlicher und außenpluraler privater Rundfunk können also nicht unbeeinflußt nebeneinander existieren. Die Zulassung privater Anbieter unterwirft die öffentlich-rechtlichen Anstalten direkt oder indirekt in weitem Maße den Gesetzmäßigkeiten der privatwirtschaftlichen Ordnung, die im Hinblick auf

die gerechte Beteiligung aller gesellschaftlichen Gruppen und ein vielfältiges Angebot als bedenklich beurteilt werden mußten. Der Gedanke, nicht nur eine Anzahl privater Rundfunkunternehmen in Konkurrenz zueinander treten zu lassen, sondern den Wettbewerb noch auf einer höheren Ebene, in der Systemkonkurrenz zweier unterschiedlicher Ordnungsmodelle der Massenkommunikation, zu institutionalisieren, erscheint auf den ersten Blick durchaus erwägenswert. Bei genauerem Hinsehen zeigt sich allerdings seine Absurdität, denn der Öffentlich-rechtliche Rundfunk muß unter den Bedingungen, Gesetzmäßigkeiten und Kriterien, die dem privaten, außenpluralen Rundfunk gemäß sind, er muß unter Marktbedingungen, seine Ebenbürtigkeit beweisen. Er kann hier nur verlieren: entweder den Wettbewerb oder seine Identität.¹³⁴ "Einem Wettbewerb zwischen Binnen- und Außenpluralismus, also einem Pluralismus der Pluralismen, würde etwas Dubioses, Zerstörerisches anhaften."¹³⁵ Damit ist Koexistenz zwischen den beiden Systemen, die auch gegenseitige Kritik und Kontrolle bedeutet und partielle publizistische, aber keine wirtschaftliche Konkurrenz umfaßt, nicht ausgeschlossen. Sie ist möglich, wenn die beiden verschiedenen Strukturen unterschiedlichen Medien zugeordnet wären, die nicht im Verhältnis der Konkurrenz, sondern der Komplementarität zueinander stehen, die sich also nicht gegenseitig ersetzen können.¹³⁶

Die Frage, ob ein dualer Rundfunk überhaupt zu vermeiden ist, muß allerdings noch angesprochen werden.

Selbst ein rein Öffentlich-rechtliches Rundfunksystem kann sich sehr schnell als duales erweisen, wenn nämlich von Nachbarländern kommerziell orientierte Programme einstrahlen, was speziell bei direktstrahlenden Rundfunksatelliten möglich ist. Diese Mitversorgung von Nachbarstaaten kann unbeabsichtigt geschehen und unvermeidlich sein, weil Funkquellen nicht an den Ländergrenzen halt machen. Sie kann aber auch - innerhalb eines Sprachgebiets -

bewußt aus ökonomischen Gründen intendiert und das Programm eventuell gar nur auf das Nachbarland ausgerichtet sein, um von außen den Werbemarkt eines Landes "anzuzapfen". Die werbetreibende Wirtschaft wird sich diesem Angebot nicht entziehen, wenn sie dadurch Rezipienten auf kostengünstigere Weise erreicht. Sie kann dabei eventuell auch "Werbeverbote für gesundheitsschädliche Genußmittel wie Zigaretten und Alkohol leer laufen lassen oder zeitliche Restriktionen für Rundfunkwerbung umgehen"¹³⁷. Schließlich ist es möglich, daß inländische, finanzstarke Gruppen, die an privatem Rundfunk aus politischen oder ökonomischen Gründen interessiert sind, diesen vom Ausland aus realisieren und auf diese Weise die Kommunikationsverfassung von außen her unterlaufen und verändern.

An den Argumenten, die für eine Beibehaltung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunksystems sprechen, ändert sich durch diesen Sachverhalt nichts. Die Frage der Realisierbarkeit stellt sich allerdings verschärft. Es zeigt sich die Schwierigkeit, im Zeichen internationaler Verflechtung die Ordnung der Massenkommunikation in einem Land tatsächlich national selbst zu bestimmen.¹³⁸ Letztlich ist eine kleine inländische Gruppe, sofern sie finanzkräftig genug ist, oder ein multinationales Medienunternehmen in der Lage, die Kommunikationsordnung eines Landes von einem Nachbarstaat aus, der eine entsprechende Medienverfassung hat, zu verändern. Zugleich setzen damit die Staaten mit der liberalsten, am wenigsten um Kommunikationsgerechtigkeit bemühten Medienstruktur den Maßstab, dem sich andere Staaten schwer entziehen können, es sei denn um den Preis der Abschottung.

Trotzdem sollte versucht werden, unabhängig davon, die bestmögliche nationale Ordnung der Massenkommunikation zu realisieren; eine "Internalisierung" der äußeren Zwänge würde letztlich nur zu einem Wettlauf zwischen den Staaten um mehr Liberalisierung führen, eine als problematisch zu

qualifizierende Ordnung der Massenkommunikation zum Regel- und Normalfall machen, damit das Problembewußtsein auflösen und eine Situation, die man befürchtet, selbst herbeiführen, obwohl sie vielleicht nicht oder nicht in vollem Ausmaß eingetreten wäre.

8.4 Möglichkeiten der Weiterentwicklung nichtkommerziellen Rundfunks durch die Nutzung neuer Kommunikationstechniken

Neue Medien führen selbstverständlich nicht notwendig zur Überwindung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkordnung, sondern können auch in ihrem Rahmen und zu ihrer Weiterentwicklung eingesetzt werden. Die folgenden Überlegungen zur möglichen Nutzung von neuen Kommunikationstechniken innerhalb der bisherigen Rundfunkstruktur haben nur den Charakter einer Skizze.¹³⁹

8.4.1 Nutzung der neuen Übertragungskanäle für die überregionale Kommunikation

Innerhalb der bestehenden Kommunikationsordnung gibt es im überregionalen Bereich für neue Kommunikationstechniken einige sinnvolle Nutzungsmöglichkeiten, wobei es hier nicht darum gehen kann, neben den bestehenden Vollprogrammen noch ein weiteres zu produzieren, denn hier dürfte am allerwenigsten ein Defizit bestehen.

Die Überlegungen müssen bei dem Sachverhalt ansetzen, daß die neuen Techniken, insbesondere direktstrahlende Satelliten, relativ kostengünstige Verteilwege anbieten. Mit ihnen kann also einigermaßen großzügig umgegangen werden, während die Produktion zusätzlicher Programme aus Kostengründen in engen Grenzen bleiben muß. Angesichts dieser Konstellation könnten die Neuen Medien dazu eingesetzt werden, Programmmaterial optimal auszunutzen und den Programmzugang zu erleichtern. Die folgenden Vorschläge be-

schränken sich auf das Fernsehen.¹⁴⁰

Schon die geplante, systematische Wiederholung von Programmbeiträgen innerhalb eines kurzen Zeitraums - ein zeitversetztes Programm also - könnte den Zuschauer auch ohne den Besitz eines Videogeräts von der Zeitplanung der Rundfunkanstalten ein wenig unabhängiger machen.

Bisher sind die Dritten Programme in der Bundesrepublik nur regional zu empfangen. Inhaltlich gesehen stellen sie eine Mischung aus Regional-, Experimental-, Minderheiten-, Bildungs- und Vollprogrammen dar. Ihre bundesweite Ausstrahlung könnte zu einer substantiellen Vermehrung von Vielfalt beitragen. Sie könnten die regionale Vielfalt stärker zum Ausdruck bringen und Verständnis für die Kultur und Probleme in anderen Regionen der Bundesrepublik fördern, auch wenn sicherlich einige Programmelemente nur regional interessant sind. Durch ihren hohen Anteil an Bildungsprogrammen könnten sie ein Beitrag zur Vielfalt der Sparten sein. Weil sie auch Programmelemente pflegen, die nicht die große Mehrheit, sondern nur kleinere Gruppen ansprechen, könnten sie einer stärkeren Berücksichtigung der vielfältigen Differenzierung der Bevölkerung im Hinblick auf spezifische Programminteressen förderlich sein.

Wenn genügend Übertragungskanäle preisgünstig zur Verfügung stehen, wäre auch ein eigenständiger Nachrichtenkanal denkbar, der ein Informationsprogramm ausstrahlt, das sich im festen, beispielsweise einstündigen Turnus wiederholt und so einen relativ zeitunabhängigen Zugriff ermöglicht.¹⁴¹

Neue Medien könnten auch neue Kommunikationsräume erschließen. Hier ist an den internationalen Bereich zu denken. Insbesondere innerhalb der Europäischen Gemeinschaft, die eine Vielzahl von wirtschaftlichen und politischen Verbindungen zwischen den zugehörigen Staaten herstellt, wären länderübergreifende Medien notwendig, in

denen Probleme, die die Gemeinschaft als Ganze berühren, diskutiert werden können. Zur Integration könnte ein solches Programm nicht nur dadurch beitragen, wenn es "den Europäern ihre gemeinsame Kultur und ihr gemeinsames politisches Schicksal bewußt machen"¹⁴² könnte, sondern auch wenn es zur Erkenntnis von kultureller und sozialer Besonderheit und Vielfalt beitragen und ein Verständnis für die Lebensweise, die wirtschaftliche und politische Situation und die Probleme in den verschiedenen Regionen wecken würde. Eine solche Programmkonzeption wäre gewissermaßen das Gegenteil einer kommerziellen Internationalisierung,¹⁴³ die im Interesse der Verkäuflichkeit ein Programm ohne regionale Spezifika hervorbringt.

Abgesehen von den Schwierigkeiten der Einigung zwischen den europäischen Staaten über ein solches Programm, besteht auch noch das Sprachproblem, das zur Ausstrahlung in unterschiedlichen Sprachen zwingen würde.

Neue Medien könnten schließlich innerhalb der bisherigen Rundfunkordnung zu einer Ausweitung einiger spezieller Programmbereiche eingesetzt werden, in denen noch ein Defizit erkennbar ist. Zu denken ist zum einen an spezifische Bildungsprogramme, die in Zusammenarbeit mit Institutionen aus dem Bildungsbereich entstehen und im Medienverband angeboten werden müßten, wobei den audio-visuellen Speichermedien in diesem Zusammenhang eine immer größere Bedeutung zukommt.¹⁴⁴ Auch an Zielgruppenprogramme für einige spezifische Gruppen scheint noch ein Bedarf zu bestehen: Ältere Menschen, Gastarbeiter....

8.4.2 Lokale Kommunikation

Die Lebenssituation des einzelnen wird von Entscheidungen beeinflusst, die in sehr unterschiedlichen Entfernungen von ihm getroffen werden: auf internationalen Zusammenkünften oder im Gemeinderat, um nur zwei Instanzen heraus-

zugreifen. Jedoch scheint dem Nahraum eine besondere Rolle zuzukommen; weniger wohl weil die objektive Betroffenheit hier stärker ist, denn auch internationale Entscheidungen können von hautnaher Relevanz sein, sondern eher deshalb, weil Zusammenhänge hier leichter durchschaut, Akteure deutlicher erkannt und Ursachen genauer lokalisiert werden können und die Möglichkeit der Beteiligung und der Einflußnahme für den einzelnen größer - wenn auch nicht unbedingt groß - ist. Dem entspricht, "daß das Kommunikationsbedürfnis der einzelnen im kleinen Raum am intensivsten zu sein scheint. Aber ausgerechnet in diesem Bereich haben zahlreiche Untersuchungen Leistungsdefizite der Medien zutage gefördert"¹⁴⁵ und es steht nur ein im Vergleich zur überregionalen Kommunikation reduziertes Spektrum von Medien - nur Printmedien mit privatwirtschaftlicher Ordnung¹⁴⁶ - zur Verfügung, wobei häufig noch Monopolstellungen bestehen.

Eine Verbesserung der lokalen Kommunikation mittels elektronischer Medien kann in der Regel - Ausnahmen gelten für Ballungszentren - nur durch

- Hörfunkprogramme,
- die drahtlos von Sendern mit geringer Reichweite ausgestrahlt werden und
- nicht kommerziell orientiert sind,

im größeren Ausmaß erreicht werden, wie sich aus den bisherigen Überlegungen ergibt.¹⁴⁷ Fernsehprogramme sind zu teuer und zu aufwendig.¹⁴⁸ Drahtlose Ausstrahlung ist notwendig, da Kabelnetze immer nur einen Teil der Haushalte erreichen und wegen der häufig mobilen Nutzung von Radios ungünstig sind. Kommerziell betriebene Lokalprogramme führen aller Voraussicht nach, sofern nicht gesetzliche Maßnahmen dagegen ergriffen werden, zu einer Dominanz der lokalen Tageszeitungen auch in der lokalen Berichterstattung im Rundfunk. Selbst wenn Tageszeitungen im Gebiet ihrer dominierenden Stellung vom Rundfunk ausgeschlossen würden,

wäre ein solcher kommerzieller Rundfunk vor allem über die Werbung in starkem Maße ähnlichen Einflüssen ausgesetzt und eine ähnliche politische Grundorientierung aus den dargestellten Gründen zu erwarten.¹⁴⁹ Lokale Kommunikation bliebe ein "privatwirtschaftliches Monopol" ohne publizistische Gewaltenteilung. Auch die Knappheit der lokalen Frequenzen für drahtlose Ausstrahlung spricht für Organisationsformen, "die nach dem Vorbild der öffentlich-rechtlichen Anstalten konstruiert sind"¹⁵⁰. Allerdings könnten hier Fehlentwicklungen und Probleme, die bei den Landesrundfunkanstalten erkannt wurden, vermieden, Verbesserungen eingebracht und neue Modelle versuchsweise gewagt werden. Auf das Grundelement, ein Gremium, das die lokale Gesellschaft repräsentiert und die wichtigsten Entscheidungen im Lokalrundfunk trifft, kann allerdings nicht verzichtet werden.

Eröffnet sollte jedoch die Möglichkeit der direkten Beteiligung der Bürger und der eigenverantwortlichen Produktion von Beiträgen und Gestaltung von Sendezeit durch am Rundfunk interessierte Gruppen. Dabei ist eine Kombination aus professionellem, auf dem Prinzip der Interessenintegration beruhendem Journalismus und einem offenen, für Gruppen zur - auch einseitigen - Gestaltung überlassenen Programmteil denkbar, wobei für die Organisation des letzteren auf Konzepte von "Bürgerjournalismus"¹⁵¹, "Freien Radios"¹⁵² und "Offenen Kanälen"¹⁵³ und den Erfahrungen damit zurückgegriffen werden kann.

Gerade lokaler Hörfunk läßt sich so organisieren, daß Rundfunkfreiheit sehr weitgehend tatsächlich - nicht nur "im Prinzip" - ein Jedermannsrecht ist, d.h. von jedem in Anspruch genommen werden kann, sofern damit keine kommerziellen Zielsetzungen verbunden sind. Für einen solchen "Bürgerfunk" muß gewährleistet sein, daß sich die Hörfunkinfrastruktur - Produktions- und Sendeanlagen - im Gemeinbesitz befindet und kostenlos oder kostengünstig von verschiedenen Gruppen genutzt werden kann.

Ein solcher Rundfunk kann ein Amateurrundfunk sein. Gruppen von Bürgern - Vereine, Verbände, Bürgerinitiativen, Parteien, (Hoch-)schulen, Kirchen, Betriebe etc.¹⁵⁴ - artikulieren ihre Meinungen und Bedürfnisse und informieren ihre Mitbürger selbst ohne Einschaltung von professionellen Vermittlern; das Phänomen des "Bürgerjournalismus" hat sich auch ohne neue Medien und Medienstrukturen in den letzten Jahren zunehmend entwickelt.¹⁵⁵ Das drückt gewachsenes Partizipationsbestreben und Engagement aus und regt solches zugleich an, indem Arbeitsfelder und Beteiligungsmöglichkeiten aufgezeigt werden und deutlich gemacht wird, daß man kein "Professioneller" zu sein braucht, um sich politisch, sozial oder auch journalistisch zu betätigen.

Auch ein solches Konzept der lokalen Massenkommunikation kommt ohne professionelle Mitarbeiter nicht aus, die aber die Aufgabe eines "Kommunikationshelfers" haben. Sie unterstützen Gruppen, die ihnen wichtige Themen an die Öffentlichkeit bringen wollen, sowohl in technischer wie in journalistischer Hinsicht. Sie stehen dabei "im Berufsbild näher dem Sozialarbeiter als dem Journalisten"¹⁵⁶.

Ein solcher lokaler Rundfunk, der "der Bevölkerung gehört", der "für und von der Bevölkerung betrieben wird"¹⁵⁷, hat sicher einige gewichtige Vorteile gegenüber der bisherigen Lokalberichterstattung mit ihren vielfältigen Abhängigkeiten - von den Kommunalpolitikern als Informationsquelle, von den Anzeigenkunden als Finanzquelle und auch von den Abonnenten, die in keiner ihrer vielen Zugehörigkeiten zum Beispiel zu Parteien, Vereinen, Kirchen, verletzt werden dürfen¹⁵⁸ -, wodurch Wohlwollen, wenn nicht gar Hofberichterstattung, erzwungen und eine kontroverse Berichterstattung erschwert wird.

Auch ein solcher "Bürger"- oder Gruppenrundfunk kann nicht auf eine Regelung insbesondere des Zugangs durch Gremien, die die lokale Gesellschaft repräsentieren, verzichten.

Ein völliger Wegfall von Regelungen, wie bei den offenen Kanälen mit dem "Zugangsprinzip Schlange"¹⁵⁹, wo Beiträge nach der Reihenfolge des Eingangs mit unter Umständen erheblichen Wartezeiten gesendet werden, macht Aktualität und voraussehbare Programmstruktur unmöglich und beschwört die Gefahr herauf, daß hier nur noch die Artikulationsbedürfnisse von Gruppen zum Zuge kommen, nicht mehr jedoch die Informationsinteressen der Rezipienten. Ohne Rezipienten kann aber keine Kommunikation entstehen. Von Gremien muß eine Zuteilung und Koordination von Sendezeiten und die Entwicklung einer Programmstruktur, die Orientierung ermöglicht, geleistet werden. Dabei müßte dafür gesorgt werden, daß Sendemöglichkeit nicht nur für Beiträge von etablierten, organisierten Gruppen, sondern auch für nur zeitweilige Zusammenschlüsse oder erst im Organisationsprozeß befindliche Interessengruppen mit noch undeutlicher Struktur bestehen.

Eine solche Ordnungsform der Massenkommunikation braucht, so wichtig sie ist, sicher Ergänzung. Sie kann nur einen Teil der notwendigen Leistungen eines Lokalprogramms erbringen. Deswegen scheint es mir sinnvoll, sie durch ein professionelles, auf dem Konzept der Interessenintegration beruhendes Programm zu ergänzen, das im Gegensatz zum spontanen, ungeordneten, meinungsbezogenen, tendenziösen, amateurhaften, gruppenbezogenen, an Artikulationsbedürfnissen orientierten Konzept des freien Bürgerrundfunks Kontinuität, Organisation, Professionalität, Basisinformation, Aktualität und allgemeine Interessen sichert und stärker an den Informationsinteressen der Rezipienten orientiert ist. Ein einfaches Beispiel kann dies vielleicht deutlicher machen: Die Übertragung einer Gemeinderatsitzung oder die Berichterstattung darüber, wäre Aufgabe des professionellen "Teils", da nicht davon ausgegangen werden kann, daß kontinuierlich von seiten einer Gruppe Interesse besteht, das zu leisten. Erwarten kann

man dagegen, daß verschiedene Gruppen die Entscheidungen dieses kommunalen Gremiums in ihren Folgen für verschiedene Lebensbereiche oder Menschen darstellen und diskutieren. Das professionell gestaltete und öffentlich-rechtlich kontrollierte Programm hat also gegenüber den "freien", von Gruppen gestalteten Beiträgen subsidiären Charakter. Es ergänzt sie da, wo sie Leistungen nicht erbringen können und Defizite haben. Ihm kommt damit indirekt eine Verantwortung für das Gesamtprogramm zu, obwohl ein erheblicher Teil in Eigenverantwortung Dritter produziert wird. Es muß die Anliegen von Gruppen einbringen, die - aus welchen Gründen auch immer - sich nicht selbst zu Wort melden (können) und versuchen, insgesamt Objektivität und Kommunikationsgerechtigkeit sicherzustellen.

Die Finanzierung müßte vorwiegend über Gebühren erfolgen. Eine Teilfinanzierung aus dem Gemeindehaushalt ist denkbar;¹⁶⁰ durch organisatorische Vorkehrungen muß allerdings die Staatsfreiheit gewährleistet sein. Diskutiert werden kann auch, ob zur Erleichterung der Finanzierung Werbeeinschaltungen in sehr engen Grenzen noch verantwortet werden können, sowohl unter dem Gesichtspunkt der Wirkung auf die Presse wie auf das Programm. Die Kosten für Lokalradios bei einer Programmerstellung, die teilweise von Bürgergruppen ehrenamtlich geleistet wird, sind nicht so hoch, als daß die Finanzierung ein unüberwindliches Problem darstellen würde.¹⁶¹

Es kann nicht Gegenstand dieser Arbeit sein, eine detaillierte Organisationsstruktur eines lokalen Rundfunks zu entwerfen, die ja auch immer lokale Bedingungen - wie z.B. die Besiedlungsstruktur und -dichte - wird berücksichtigen müssen. Grundsätzlich ging es darum, auf die Notwendigkeit und Möglichkeit der Verbesserung lokaler Kommunikation, von mehr Bürgernähe und direkter Beteiligung und auf die Bedeutsamkeit des öffentlich-rechtlichen Modells auch in diesem Kommunikationsraum hinzuweisen.¹⁶²

8.4.3 Die Situation der Massenkommunikation in ländlichen Gebieten

Unter dem Stichwort der lokalen Kommunikation und der Kommunikationsgerechtigkeit ist auch die Situation der Bewohner ländlicher Gebiete zu bedenken und nach der kommunikativen Infrastruktur dort zu fragen. Der ländliche Raum hat in der Publizistikwissenschaft im Zusammenhang mit "Lokalkommunikation" bisher wenig Aufmerksamkeit gefunden.¹⁶³

Auf die "Krise des Dorfes" im umfassenden Sinn¹⁶⁴ - das Dorf als "grüne Trabantenstadt" kleineren oder größeren Ausmaßes, der Bedeutungsverlust der Landwirtschaft als Wirtschaftsfaktor, der Verlust von Arbeitsplätzen mit der Notwendigkeit des "Pendelns", Abwanderung, der Verlust der weltlichen und kirchlichen Selbständigkeit - kann hier nicht eingegangen werden. Es können nur einige Probleme der Kommunikationssituation angesprochen werden.

"Wenn vom Land oder vom Dorf gesprochen wird, so schwingt dabei zumeist eine Vorstellung von sozialer Harmonie, intakter Nachbarschaft, allgegenwärtiger Direktheit und ständiger Offenheit mit. Jeder grüßt jeden, man trifft sich zum Gespräch im Gasthaus und pflegt an den lauen Sommerabenden das Gespräch über den Gartenzaun."¹⁶⁵

Auch wenn die Welt des Dorfes vermutlich nie so "romantisch" heil war, so läßt sich doch eine Veränderung der Kommunikation feststellen, die gekennzeichnet ist durch eine Ablösung der traditionellen personalen Kommunikation, die an bestimmten Orten und Zeiten ihre Knotenpunkte hatte. Dies wäre deutlich zu machen am Bedeutungsverlust bzw. -wandel der Dorfgasthäuser, Vereine oder Dorffeste, die nicht mehr in der Lage sind, das Dorf zu integrieren.¹⁶⁶ Schlagwortartig zusammengefaßt hat das Zerbrechen der Kommunikation mit einem Zerbrechen der relativ homogenen Struktur des Dorfes zu tun. Die Innen- wie die Außenbe-

ziehungen differenzierten sich - der gesellschaftlichen Realität entsprechend - notwendig aus. Eine dieser Differenzierung entsprechende neue Kommunikationsstruktur aber entstand hier nicht.

Die bestehenden Massenmedien können dieses Defizit nicht ausgleichen. "Ländliche Räume, so die hier vertretene These, sind sogar in besonderer Weise quantitativ und qualitativ medial unterversorgt."¹⁶⁷ Ländliche Gebiete können keine große Zeitungsdichte hervorbringen, da sie durch ihre geringere Wirtschaftskraft kein hinreichendes Anzeigenaufkommen haben. Publizistische Konkurrenz ist dementsprechend selten und das Verbreitungsgebiet einer Zeitung in der Regel groß, womit es kaum möglich ist, auf das kleinräumige Geschehen in einzelnen Gemeinden einigermaßen ausreichend einzugehen. Fünf Prozent der Gemeinden geben an, daß über sie keine regelmäßige Berichterstattung durch Tageszeitungen stattfindet.¹⁶⁸ Die Qualität der Berichterstattung wird darüber hinaus durch die Konzentration der Lokalredaktionen in den Städten negativ beeinflußt. Für die ländlichen Gebiete bleiben meist nur personell und sachlich schlecht ausgestattete Außenposten übrig. "Diese Orientierung auf die lokalen und regionalen Zentren hat für die Berichterstattung Folgen: ländliche Probleme werden aus der Sicht der politischen und wirtschaftlichen Entscheidungszentren betrachtet."¹⁶⁹ Die Außenredaktionen haben durch eine hohe Arbeitsbelastung wenig Zeit für eigene Recherchen und müssen auf leicht zugängliche Informationen zurückgreifen. Sie sind in hohem Maße auf freie Mitarbeiter angewiesen, die sich entweder aus dem Kreis der "Honoratioren" rekrutieren oder ihnen nahestehen und auf die Eigenberichte von Veranstaltern. Diese Strukturen erschweren eine unabhängige und kritische Information und erhöhen die Gefahr einer "Hofberichterstattung". Diese ungünstigen Voraussetzungen könnten nur durch erhöhten Einsatz der Journalisten ausgeglichen werden.

Möglichkeiten zu einer besseren "Versorgung" des Landes können kaum im Bereich privatwirtschaftlicher Medien gefunden werden. Hierfür ist das Werbeaufkommen zu gering und im Falle von Druckmedien der Vertrieb zu aufwendig.

Auch eine Medienpolitik, die vorwiegend auf Verkabelung setzt, wird für ländliche Gebiete kaum Verbesserungen bringen, eher das Stadt-Land-Gefälle steigern. Erstens ist das Kabel, wie mehrfach dargelegt, zur Verbesserung der lokalen Kommunikation relativ ungeeignet, erst recht auf dem Lande mit seiner geringen Bevölkerungsdichte, die eine Finanzierung lokaler Fernsehprogramme unmöglich macht. Zweitens ist eine Verkabelung ländlicher Gebiete trotz gelegentlicher, anderslautender Politikerworte und einiger "symbolischer" Verkabelungen nicht zu erwarten, da ansonsten eine Wirtschaftlichkeit der Breitbandverkabelung ausgeschlossen wäre.¹⁷⁰ Eine Medienpolitik, die Verkabelung präferiert, wird also zu keiner Verbesserung der lokalen Kommunikationssituation ländlicher Gebiete führen. Im Gegenteil, sie bringt Nachteile.

Die mögliche Entstehung neuer (privatwirtschaftlicher) nationaler Programme, die nur über Kabelanlagen empfangen werden können, bringt nicht nur zusätzliche Programme, sondern führt zum Teil auch zur Verlagerung von Programmangeboten von den öffentlich-rechtlichen Anstalten zu den neuen Veranstaltern. Zu denken ist an Exklusivrechte zur Ausstrahlung von Filmen und insbesondere zur Übertragung von (Sport)Ereignissen, von denen Bewohner nicht verkabelter Gebiete dann ausgeschlossen sind. Die Auswirkungen der Verkabelung bekommen die ländlichen Gebiete auch durch die Veränderung des Programmangebots der öffentlich-rechtlichen Anstalten in Richtung auf eine "Quasi-Kommerzialisierung" zu spüren, falls eine duale Rundfunkordnung entsteht.¹⁷¹ Schließlich werden die Probleme und Interessen der ländlichen Regionen in den Programmen, die nur die Städte erreichen, kaum vertreten sein. Die Repräsentation

"des Landes" in einer insgesamt stärker auf Ballungsgebiete, zumindest Städte, ausgerichteten Massenkommunikation verschlechtert sich.

Selbst wenn man also den Nutzen einer Verkabelung für die Verbesserung der gesellschaftlichen Kommunikationsmöglichkeiten, insbesondere in Relation zu den Kosten, gering einschätzt, so stellt doch eine partielle Verkabelung unter Aussparung ländlicher Gebiete eine Benachteiligung und Verletzung der Kommunikationsgerechtigkeit dar und muß abgelehnt werden. Verkabelung muß flächendeckend sein, wenn sie denn überhaupt sein muß. Davon ist allerdings keine Verbesserung der lokalen Kommunikationsmöglichkeiten auf dem Lande zu erwarten, sondern nur die Verhinderung einer weiteren Benachteiligung gegenüber der Stadt. Eine Verbesserung durch Medien könnte allenfalls von nichtkommerziellen Hörfunkprogrammen ausgehen, wobei hier zu neuen an neue regionale und subregionale Programme der bestehenden öffentlich-rechtlichen Anstalten und zum anderen an "Neue Radios" mit der Ausweitung von "Bürgerjournalismus" zu denken ist.

8.5 Zusammenfassende Wertung

Eine Neustrukturierung des Rundfunksystems im Sinne des privatwirtschaftlichen Modells, ausgelöst durch die Entwicklung neuer Medien, bringt erhebliche Probleme mit sich.

Ein werbefinanzierter Rundfunk - der als dominierende Form zu erwarten wäre - brächte eine vollständige Abhängigkeit von den Anzeigenkunden, die sich aus dem Kreis der Großunternehmen rekrutieren, und von partiellen Interessen mit sich, die nicht ohne Auswirkung auf die inhaltliche Ausrichtung des Programms bleiben könnten. Der Gruppe der Großunternehmen wären aber auch die Betreiber privaten Fernsehens - nicht unbedingt privaten Hörfunks - zuzurechnen, da dieses erhebliche finanzielle Investitionen

erfordert. Eine solche Entwicklung steht im Widerspruch zur Forderung der "Kommunikationsgerechtigkeit".

Privater Rundfunk würde unter oligopolen bis monopolartigen Marktbedingungen betrieben werden, wenn man von der Konkurrenz durch die öffentlich-rechtlichen Anstalten einmal absieht. Eine Vielzahl von Anbietern ist beim Fernsehen aus wirtschaftlichen, beim (terrestrisch verbreiteten) Hörfunk, der wohl allein eine genügend große Zuhörerzahl erreichen kann, aus technischen Gründen nicht zu erwarten. Der beschränkte Wettbewerb macht die Steuerung des Angebots und des Meinungsmarktes durch die Nachfrage der Rezipienten kaum möglich. Eine außenplurale, privatwirtschaftliche Struktur ist unter diesen Bedingungen wegen des Fehlens ihrer Grund- und Mindestvoraussetzungen abzulehnen.¹⁷²

Die Analyse konnte zeigen, daß unter diesen Bedingungen privatwirtschaftlicher Rundfunk kein Programmangebot zu realisieren vermag, das der Vielfalt der Meinungen in der Gesellschaft, der Abstufung der sozialen Räume und der entsprechenden Institutionen vom internationalen bis zum lokalen Bereich sowie der Vielzahl der im Rundfunk möglichen und von ihm erwarteten Funktionen, Themen und Genres gerecht wird. Er bleibt damit hinter den von den öffentlich-rechtlichen Anstalten gesetzten Vielfaltsstandards zurück. Versuche durch Regulierungen verschiedenster Art (Werbebeschränkungen und -normen, Programmauflagen, etc.) Probleme zu entschärfen und Defizite zu vermindern, stoßen schnell an Grenzen, wenn sie immanenten Gesetzmäßigkeiten privaten Rundfunks zuwiderlaufen.

Die Probleme eines privatwirtschaftlichen Rundfunks werden auch nicht durch den Hinweis auf seinen nur zusätzlichen Charakter neben einem weiterbestehenden öffentlich-rechtlichen Sektor bedeutungslos. Es muß nämlich von einer "Quasi-Kommerzialisierung" des öffentlich-rechtlichen Systems ausgegangen werden, wenn es auf dem "Zuschauer-

und Zuhörermarkt" in Konkurrenz zu privatwirtschaftlichen Rundfunkveranstaltern treten muß. Dieser Wettbewerb führt zu einer Dominanz der dem privatwirtschaftlichen System eigenen Steuerungsimpulse und Gesetzmäßigkeiten. Aber selbst bei einem unveränderten Programmangebot der öffentlich-rechtlichen Anstalten, das der Meinungsvielfalt gerecht würde, würden in der Darstellung des Meinungsspektrums Verzerrungen auftreten und die Kommunikationsgerechtigkeit verletzt werden, wenn daneben im privatwirtschaftlichen Medienbereich, nur die Positionen einiger gesellschaftlicher Gruppierungen wiederzufinden wären, wie auch das Bundesverfassungsgericht ausgeführt hat.¹⁷³

Zu bedenken ist weiterhin die Auswirkung einer Umverteilung des Werbeaufkommens durch neue werbefinanzierte Programme. Diese Verschiebung ginge zum einen zu Lasten der bestehenden Programme, so daß im Ergebnis zwar ihre Zahl vermehrt würde, die einzelnen Rundfunkveranstalter aber finanziell weniger leistungsfähig wären. Zum anderen wären die Presseerzeugnisse betroffen, so daß bei ihnen Konzentrationsprozesse zu befürchten wären, die auf dem Tageszeitungsmarkt besonders gravierend wären, wenn lokale Werbung durch lokale oder regionale Sendungen abgezogen würde, so daß der Vermehrung der Rundfunkkanäle ein Rückgang der Presseerzeugnisse gegenüber stehen könnte. Wenn keine gesetzlichen Vorkehrungen getroffen werden, ist darüber hinaus anzunehmen, daß zusätzliche Rundfunkprogramme von Presseverlagen oder Verlagsgruppen veranstaltet würden. Konzentrationsprozesse, Zusammenarbeit und gemeinsame Tochtergesellschaften von Verlagen, wie eine intramediale Verflechtung würden per saldo zu einer Abnahme unabhängig voneinander existierender Kommunikationskanäle, zu einer Reduzierung der gegenseitigen Kritik und Kontrolle von Presse und Rundfunk und zu einer erheblichen Meinungsmacht einzelner multimedialer Großverlage führen.

Als Fazit ergibt sich: Aufgrund der aufgezeigten Probleme ist eine Zulassung privatwirtschaftlicher Rundfunkunternehmer abzulehnen und die öffentlich-rechtliche Struktur des Rundfunkbereichs beizubehalten.

Die Entscheidung über die Einführung neuer Medien ist dann unabhängig von der Intention einer Veränderung der Ordnungsstruktur des Rundfunkbereichs, mit der sie gegenwärtig unlösbar verquickt ist, im Hinblick auf noch bestehenden Bedarf zu treffen. Hier ist in räumlicher Hinsicht insbesondere auf den Nah- aber auch auf den internationalen Bereich zu verweisen und unter inhaltlichen Gesichtspunkten möglicherweise auf Angebote für spezielle Zielgruppen und auf Bildungsprogramme.

Für eine Verbesserung im Nahbereich erscheinen Breitbandverteilnetze aus wirtschaftlichen Gründen und der nur partiellen Haushaltsabdeckung wenig hilfreich; effektiver könnten hier lokale Hörfunksender eingesetzt werden. Die Organisationsstruktur dieses Mediums sollte im Rahmen oder neben der traditionellen öffentlich-rechtlichen Form auch Möglichkeiten der eigenständigen Programmgestaltung durch lokale Gruppen zulassen, wobei eine Kommerzialisierung allerdings ausgeschlossen sein muß.

9. KIRCHLICHE MEDIENPOLITIK ANGESICHTS DER NEUEN MEDIEN

Der Veränderung der Ordnung der Massenkommunikation kann die Kirche nicht gleichgültig gegenüberstehen.

Erstens ist sie selbst ein bedeutender Teilnehmer am Prozeß der Massenkommunikation und deshalb einerseits in ihren Kommunikationsmöglichkeiten von der Ordnung der Massenkommunikation abhängig und andererseits durch ihre Entscheidungen für oder gegen bestimmte Kommunikationsformen und Medien an der Entwicklung der Massenkommunikation beteiligt, auch wenn man ihren Anteil daran nicht überschätzen darf. Wenn die Kirche durch ihre praktische Medienarbeit jedoch ein, wenn auch kleiner Faktor der Medienpolitik ist, so hat sie ihre entsprechenden Entscheidungen gründlich zu reflektieren, wobei die Sicherung ihrer eigenen Kommunikationsmöglichkeiten nicht oberstes Kriterium sein kann.

Zweitens hat die Kirche nämlich von ihrer Sendung her die Aufgabe Anwalt des Menschen und einer ihm gerechten gesellschaftlichen Ordnung zu sein, wozu, wie diese Arbeit gezeigt hat, auch einer gerechten Ordnung der Massenkommunikation eine große Bedeutung zukommt.

In diesem Kapitel werden die medienpolitischen Positionen der katholischen und der evangelischen Kirche dargestellt und diskutiert und anschließend einige grundlegende Anforderungen an eine kirchliche Medienpolitik formuliert.

9.1 Die Position der katholischen Kirche

Nachdem die Entwicklung der Position der Weltkirche zur massenmedial vermittelten gesellschaftlichen Kommunikation im ersten Kapitel bereits dargestellt wurde, soll hier die Stellung bzw. Stellungnahme der deutschen Kirchen angesichts der aktuellen medienpolitischen Entwicklungen

in der Bundesrepublik analysiert werden.

Die Position der Kirche stützt sich auf das Fundament, das das Konzilsdekret "Inter Mirifica" und vor allem die Pastoralinstruktion "Comunio et progressio"¹ gelegt haben. Angesichts konkreter Probleme und spezifischer Situationen ist natürlich eine bloße Wiedergabe der Grundgedanken dieser Dokumente nicht ausreichend; sie müssen auf die jeweilige Situation "angewandt" werden. Das erfordert eine "Reformulierung" der grundlegenden Aussagen unter der spezifischen Perspektive einer bestimmten Problemlage wie umgekehrt eine Analyse der konkreten Situation unter den Leitgedanken dieser Dokumente. Aus diesem Interaktionsprozeß von grundlegender, allgemeiner Position und konkretem Problem kann dann eine situationsangemessene Stellungnahme hervorgehen.

Die Darstellung beschränkt sich im folgenden auf drei wesentliche Dokumente:

1. Stellungnahme zu medienpolitischen Fragen. Erklärung der publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz vom Juni 1979².
2. Ansätze und Leitlinien einer medienpolitischen Position. Anmerkungen zu den Grundsätzen des Entwurfs für ein Gesetz über die Neuen Medien - Landesmediengesetz Baden-Württemberg³.
3. Grundsätze einer kirchlichen Medienpolitik. Von der Zentralstelle Medien im Auftrag der publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz erarbeitet und von der Vollversammlung der DBK im September 1984 in Fulda gut geheißen.⁴

9.1.1 Die Erklärung der publizistischen Kommission

Sie ist wohl die erste ausführliche und grundsätzliche Stellungnahme innerhalb der katholischen Kirche zu den von den Neuen Medien aufgeworfenen Fragen. Sie will in

die medienpolitische Diskussion eingreifen und Polarisierungen überbrücken.

9.1.1.1 Darstellung

Die positive Wertung der Möglichkeiten der Massenmedien in "Comunio et progressio", die der Verbindung der Menschen dienen können, wird als Zielsetzung auch für die neueren Entwicklungen festgehalten. Als Gefahr, der durch ordnungspolitische Vorgaben des Gesetzgebers begegnet werden muß, wird eine "völlige Desorientierung der Gesellschaft und der einzelnen Menschen"⁵ gesehen. Notwendig ist es am Menschen Maß zu nehmen und die Folgen und Möglichkeiten für den einzelnen, die Gruppen seiner Alltagswelt, insbesondere die Familie, und für die Gesellschaft zu bedenken. Die gesellschaftliche Kommunikation darf nicht einfach Macht- und Interessengruppen überlassen werden. In diesem Bereich müssen politische Entscheidungen getroffen werden, in deren Diskussion die Bürger frühzeitig einzubeziehen sind.

Zur Erfüllung der Kommunikationsaufgabe der Massenmedien ist Informationsfreiheit, als Recht zu informieren und informiert zu werden, notwendig; der Zugang zu den Medien muß dem einzelnen über die gesellschaftlichen Gruppen offen stehen. Ein staatlicher Monopolanspruch für das Rundfunkwesen wird abgewiesen,⁶ ebenso eine Monopolisierung durch Wirtschafts- und Interessengruppen⁷. Die öffentlich-rechtliche Struktur des Rundfunks "hat sich als zweckmäßig und praktikabel erwiesen"⁸, was jedoch nicht heißt, daß die "jetzige Erscheinungsform... unbesehen und kritiklos beibehalten werden darf"⁹. Kritisiert werden Parteiendominanz und daraus folgende parteipolitische Polarisierung bei Sach- und Personalentscheidungen und die Tatsache, daß gewisse Programmbereiche, z.B. die Dritten Fernsehprogramme der Mitwirkung der gesellschaftlich relevanten Gruppen entzogen sind, aber auch eine einseitige und ideologische

Arbeit von Journalisten, die Rundfunkfreiheit von innen gefährdet. Gefordert wird eine Ausweitung der Kompetenz der Aufsichtsgremien in Richtung auf Konzeptionsfragen. Positiv wird eine Ausweitung eigenverantwortlicher Programmbeiträge der gesellschaftlich relevanten Gruppen gewertet.¹⁰ Davon wird Farbigkeit und Lebendigkeit des Programms erwartet.

In Bezug auf die Notwendigkeit weiterer Medien hält die Stellungnahme fest, daß die technische Machbarkeit für eine Einführung nicht allein entscheidend sein darf. Neue Medien bringen eine qualitative Veränderung der Gesellschaft mit sich, wobei die "zunehmende Abhängigkeit von Informationen aus zweiter Hand und der Mangel an Primärerfahrung"¹¹ ein Kennzeichen sein werden. Neue Medien müssen helfen, die Lücke zwischen Massen- und Individualkommunikation zu schließen. Kommunikationspädagogische Maßnahmen sollen dazu beitragen, Medien gezielt im Sinne der Persönlichkeitsentfaltung zu nutzen, statt sie passiv zu konsumieren.

Die publizistische Kommission der Deutschen Bischofskonferenz plädiert angesichts der großen Bedeutung der durch die Neuen Medien aufgeworfenen Fragen für eine ausführliche Erprobung der Neuen Medien, die Entscheidungen revidierbar hält. Vor allem kommt es ihr darauf an, eine vor-schnelle Einordnung der Neuen Medien in bestehende Strukturen zu vermeiden, unterschiedliche Formen der Trägerschaft und der Organisation zu erproben und erst danach Entscheidungen zu treffen, wobei nach Art und Charakter der neuen Dienste und Leistungen zu differenzieren ist. Allerdings gilt: "Grundsätzlich soll die Beteiligung und Verantwortung aller gesellschaftlich relevanten Gruppen in jeglicher Rechtsform der Trägerschaft der Neuen Medien gewährleistet sein."¹² Weiterhin fordern sie eine Offenlegung der finanziellen Belastungen durch Neue Medien und die Einbeziehung ländlicher Gebiete in die Verkabe-

lung.

Die Kirche selbst will sich nicht darauf beschränken, Forderungen zu stellen, sondern kündigt aktive Beteiligung an: sie will kommunikationspädagogische Maßnahmen unterstützen, eigene Programme anbieten und ihre pastoralen, sozialen und karitativen Dienste auch über die Neuen Medien den Bürgern zur Verfügung stellen.¹³

9.1.1.2 Wertung der Stellungnahme

Diese Stellungnahme der publizistischen Kommission läßt den medienpolitischen Standpunkt der Kirche nur in groben Umrissen erkennen. Er ist noch recht unbestimmt. Allerdings werden negativ doch einige Positionen ausgeschlossen. So wird einer exzessiven Kritik am öffentlich-rechtlichen Rundfunk von gesellschaftlichen und politischen Gruppen, aber auch aus dem "katholischen Lager"¹⁴, die dessen Legitimation in Frage stellt, eine Abfuhr erteilt, obwohl Defizite gesehen und Reformen eingefordert werden. Ebenso wird ein liberalistisches Verständnis von Medienfreiheit, das die Notwendigkeit oder Berechtigung von ordnungspolitischen Regelungen im Bereich der (Neuen) Medien bestrittet, abgelehnt. Sie dürfen nicht zum "freien" Spielball von Interessengruppen werden. Eine relativ deutliche Richtungsangabe ist auch die Forderung, daß die gesellschaftlich relevanten Gruppen in allen Rechtsformen der Trägerschaft verantwortlich beteiligt sein sollen. Auch diese Bedingung widerspricht einer Konzeption von Medienfreiheit, die die Steuerung der Massenkommunikation den Kräften des Marktes überlassen will. Die Frage allerdings, wie eine gesellschaftliche Kontrolle bei privater Trägerschaft oder einer kommerziellen Orientierung aussehen kann, ob sie überhaupt realisierbar ist, wird nicht diskutiert. Damit bleibt diese Forderung unbestimmt und weitgehend beliebiger Interpretation zugänglich. Ähnliches gilt auch für einige weitere Aussagen.

Auffallend ist generell, daß der ökonomische Faktor völlig aus dem Blickfeld geraten ist. Die wirtschaftlichen Triebkräfte und Steuerungsmechanismen der Entwicklung und Verbreitung der Neuen Medien, aber auch die Grenzen, die ihnen der finanzielle Spielraum setzt, werden ebenso wenig diskutiert wie die Folgen eines vorwiegend von kommerziellen Orientierungen geprägten Massenkommunikationssystems, wobei zu letzterem Problem die Überlegungen der Bischöfe von 1959¹⁵ hätten Anregung sein können. Ähnlich werden auch die (medien)politischen Machtgruppen und ihre Interessen zu wenig berücksichtigt.

So gesehen ist diese Stellungnahme nicht nur zu allgemein, sondern auch zu idealistisch, weil sie die materielle Basis zu wenig berücksichtigt und ernst nimmt. Die Aufmerksamkeit gilt zu sehr den Medien "an sich", ihren Möglichkeiten und Gefahren, unter Vernachlässigung vor allem des ökonomischen und politischen Kontextes.

Nun ist das Ausloten der medienimmanenten Möglichkeiten, unabhängig von ökonomischen Gesetzmäßigkeiten und wirtschaftlichen und politischen Interessen, wie auch ein relativ hoher Allgemeinheitsgrad von Aussagen am Anfang einer Entwicklung, die noch teilweise offen und jedenfalls nicht völlig absehbar ist, verständlich und teilweise berechtigt. Ein wenig mehr Analyse der realen Bedingungen und "Kraftfelder" wäre aber sicherlich nötig und möglich gewesen, auch wenn aus heutiger Sicht natürlich leicht zu sagen ist, daß die Pilotprojekte alles Mögliche leisteten, nur nicht die rückholbare Erprobung von Neuen Medien und ihren Organisationsformen und daß von den Versprechungen der Neuen Medien, die die publizistische Kommission aufzählt¹⁶ und die heute futuristischer anmuten als damals, im wesentlichen nur die Kommerzialisierung des Rundfunksystems durch ein paar zusätzliche Kanäle übrigbleibt.

Bedenklicher aber scheint mir die zum damaligen Zeitpunkt handfesteste aller Aussagen, daß die katholische Kirche - bedingungslos - bei den Neuen Medien mittun werde. Für eine Entscheidung darüber wäre mehr Analyse und konkrete Bewertung notwendig gewesen. Diese Zusage scheint mir zu stark bestimmt von der Angst, den Zug zu verpassen (gleichgültig, wohin er fährt).

9.1.2 Die medienpolitische Position der baden-württembergischen Bischöfe

Dieser Stellungnahme des Erzbischofs von Freiburg, O.Saier, und des Bischofs von Rottenburg-Stuttgart, G.Moser, kommt aus drei Gründen ein Gewicht zu, das über das anderer bischöflicher Stellungnahmen zu Landesmediengesetzen¹⁷ hinausreicht: erstens ist Bischof G.Moser Vorsitzender der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz; zweitens ist das baden-württembergische Mediengesetz am reinsten außenplural, so daß die Grenzen des von der Kirche noch Tolerierbaren hier am deutlichsten sichtbar werden müßten; drittens ist diese Stellungnahme außergewöhnlich umfangreich und von hoher theoretischer Qualität. Sie setzt sehr grundsätzlich an.

Sie bezieht sich auf den baden-württembergischen Entwurf für ein Gesetz über die Neuen Medien.

9.1.2.1 Darstellung

Trotz des konkreten Gegenstandes beginnt die Stellungnahme sehr grundsätzlich mit einer Darlegung wichtiger Dimensionen der (Massen)Kommunikation und der Stellung der Kirche in ihr. Sie weist dann in einem zweiten Abschnitt auf Leitlinien und Prinzipien hin und setzt sich dann erst im dritten Teil auf der Basis dieser theoretischen Überlegungen mit zentralen Positionen des Gesetzentwurfs auseinander.

In den grundsätzlichen theologischen Überlegungen verweisen die beiden Bischöfe auf den religiösen Bezug, auf die partnerschaftlich-dialogische Seite, den "anwaltschaftlichen" Aspekt und die globale Dimension der Kommunikation. Dabei machen sie jeweils den Beitrag und die Aufgabe der Kirche deutlich und zeigen andeutungsweise die ethischen Konsequenzen auf.

Diese werden im zweiten Teil vertieft. Hier betonen sie, daß die Ordnung der Massenkommunikation den Dienst am Menschen in all seinen Bezügen verpflichtet sein muß. Kritisch merken sie an: "Die in der Bundesrepublik Deutschland geführte Diskussion um die Neuen Medien ist weitgehend durch wirtschafts- und machtpolitische Überlegungen bestimmt."¹⁸ Die Kernfrage muß jedoch sein, ob Organisation und Inhalte die Kommunikation der Menschen untereinander fördern. Gelingende Kommunikation setzt voraus - und damit ist das zweite Kriterium angesprochen -, daß alle gesellschaftlich relevanten Gruppen an der Kommunikation teilhaben können und nicht "Informationen und Meinungen, die von allgemeinem Interesse sind, von der öffentlichen Meinungsbildung ausgeschlossen werden und jene Meinungsträger, die sich im Besitz von Sendefrequenzen und ausreichenden Finanzmitteln befinden, die öffentliche Meinungsbildung vorherrschend bestimmen"¹⁹. Die Erfüllung dieser Forderung durch den Öffentlich-rechtlichen Rundfunk dispensiert weitere (private) Anbieter nicht von ihr. Deswegen fordert die Kirche eine gesellschaftliche Kontrolle des Rundfunks. "Kommunikationsmedien sind keine beliebigen Produktionsmittel, die nur nach parteipolitischen oder kommerziellen Gesichtspunkten zu verteilen wären. Sie sollen das Instrument aller Teile der Gesellschaft, also auch der Minderheiten sozialer, ethnischer, weltanschaulicher und sonstiger Natur sein."²⁰

Die beiden Bischöfe gehen dann auf die Verwirklichung der dargelegten Prinzipien durch den Öffentlich-rechtli-

chen Rundfunk ein und übernehmen da die bereits dargestellte Position der publizistischen Kommission von 1979, die sie als "kritische Solidarität"²¹ kennzeichnen.

Gegenüber den Neuen Medien mahnen sie das Recht der Kirche ein, für die Erfüllung ihres Auftrags angemessene Möglichkeiten der Artikulation zu erhalten. Deutlich wird allerdings gesagt, daß der Auftrag der Kirche "nicht zuletzt anwaltschaftliche Funktionen"²² umfaßt, die sowohl durch die Arbeit in den Medien als auch durch Medienpolitik wahrzunehmen sind, weswegen die Kirche die Medien und deren Ordnungen immer an ihrem Dienstcharakter für die Menschen messen wird.

Im dritten Abschnitt machen die Bischöfe "Anmerkungen zu den Grundsätzen der ordnungspolitischen Regelung der gesellschaftlichen Kommunikation im Entwurf des Landesmediengesetzes Baden-Württemberg"²³.

Einleitend weisen sie darauf hin, daß das Ziel der Kommunikation - Gemeinschaft durch Mitteilung - in Frage gestellt ist, wenn schon bei der Festlegung ihrer Ordnung Dissens herrscht. Hier ist ein möglichst breiter Konsens anzustreben.

Am Landesmediengesetz wird kritisiert, daß es eine Zweck- und Zielbestimmung der gesellschaftlichen Kommunikation vermissen läßt, von der her die Ordnung zu gestalten wäre und mit der sich verhindern ließe, daß sich primär wirtschaftliche und parteipolitische Interessen durchsetzen. Gegen das außenplurale Modell wird eingewandt, daß ein gleichrangiges Nebeneinander der verschiedenen Gruppen von allen denkbaren Modellen am allerwenigsten der gesellschaftlichen Wirklichkeit entspricht, "zumal kapitalkräftige und entsprechend interessierte Unternehmungen die Wichtigkeit gesellschaftlicher Themen einseitig, ihrer Finanzkraft entsprechend und damit überrepräsentiert, bestimmen können"²⁴. Das außenplurale Modell entspricht nicht der Forderung der Kommunikationsgerechtigkeit.

Die wirtschaftlichen Zusammenhänge werden dann relativ ausführlich aufgerollt. Es wird deutlich gemacht, daß es nicht ausreicht, allen Gruppen formal Zugangsmöglichkeit zu gewähren, solange von vorneherein abzusehen ist, daß ein Teil der gesellschaftlichen Gruppierungen aufgrund finanzieller Barrieren diese nicht wahrnehmen kann. Finanzielle Regelungen müßten zuvor für Chancengleichheit beim Zugang sorgen.

Weiterhin kann die Kirche nicht akzeptieren, daß gesellschaftliche Kommunikation vorrangig von Gesichtspunkten des Marktes und der Verkäuflichkeit bestimmt wird. Von Konkurrenz kann keine Qualitätsverbesserung und Vielfalt erwartet werden. Ganz im Gegenteil ist eine Entwicklung "zu einheitlichen, anspruchslosen, vordergründigen und oberflächlichen Programmen"²⁵, der sich auch die bestehenden Anstalten nicht werden entziehen können, zu befürchten. Vielfalt ist primär qualitativ, nicht quantitativ festzumachen, wobei bezweifelt wird, ob außerplurale Vielfalt ohne Einwirkungen auf die Inhalte der Programme zu erreichen ist. Ebenfalls müssen Konzentrationsgefahren bedacht und Vorbeugemaßnahmen getroffen werden. Die Ablehnung eines kommerziellen, privaten und im wesentlichen werbefinanzierten Rundfunks, die die katholischen Bischöfe 1959 aus Gründen der Kommunikationsgerechtigkeit ausgesprochen hatten, wird angeführt und gesagt: "Diese Argumentation besitzt u.E. nach wie vor Gültigkeit, da sich im Unterschied zur früheren Situation zwar die technischen Möglichkeiten im Bereich der Übertragung, nicht jedoch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen geändert haben."²⁶ Die Kirche weiß sich in der Wahrnehmung ihrer anwaltschaftlichen Position "den Minderheiten und Randgruppen und vor allem den Sprachlosen in unserer Gesellschaft"²⁷ besonders verpflichtet.

Unabhängig von der Ordnungsstruktur werden von einer Programmvermehrung nachteilige Folgen erwartet.

Die baden-württembergischen Bischöfe plädieren entschieden

für eine gesellschaftliche Kontrolle und eine auf dem Grundsatz der Interessenintegration basierende binnen-plurale Organisationsform und räumen der publizistischen Gewaltenteilung einen hohen Rang ein. Deshalb wird eine Reform bzw. Weiterentwicklung der öffentlich-rechtlichen Ordnung, gefordert, die beispielsweise in verstärkter Regionalisierung und Lokalisierung und in der "Öffnung der Kommunikationskanäle auf lokaler Ebene für die relevanten Gruppen einer Stadt oder eines Stadtteils zur eigenverantwortlichen Gestaltung von Sendungen"²⁸ unter der Letztverantwortung des Intendanten und der Kontrolle der Aufsichtsgremien bestehen könnte. "Die Vorzüge einer binnenpluralen Organisationsform beruhen in erster Linie auf der grundsätzlichen Angemessenheit dieser so geregelten Kommunikation im Hinblick auf die Bildung und Entwicklung der Gesellschaft."²⁹

9.1.2.2 Wertung

Diese Stellungnahme der baden-württembergischen Bischöfe ist von einer wesentlich größeren Präzision als die vorhin dargestellte der publizistischen Kommission. Der konkrete Anlaß und die generell weiter fortgeschrittene Diskussion erklären das nur zum Teil. Entscheidend ist, daß nicht mehr so sehr im Hinblick auf die Neuen Medien "an sich" argumentiert wird, sondern die Frage diskutiert wird, "wie, unter welchen Bedingungen, auf welcher ordnungspolitischen Grundlage und zu welchem Ziel die künftige soziale Kommunikation ausgerichtet und organisiert werden soll"³⁰. Weil dabei die ökonomischen Bedingungen - die materielle Basis - der Massenkommunikation relativ ausführlich betrachtet werden und so Vermachtungen und Ungerechtigkeiten in den Blick kommen, gewinnt diese Stellungnahme der baden-württembergischen Diözesen Realitätsbezug und erreicht eine Präzision, hinter dem die vorhergehenden und folgenden Dokumente zur gegenwärtigen Diskussion zurückbleiben. Bedeutet

sie damit eine "Kurskorrektur"?³¹

Offensichtlich ist, daß sich diese Stellungnahme ganz bewußt mit ihren Prinzipien an die früheren Papiere anlehnt und die Kontinuität betont. Unbestreitbar ist aber auch, daß sie in der Konkretion zu anderen Ergebnissen kommt. Genauer müßte man wohl formulieren, daß sie Möglichkeiten ausschließt, vor allem das außenplurale Modell, die die vorhergehenden Dokumente noch offengelassen haben. Dementsprechend hat eine "Kurspräzision" stattgefunden; durch eine vertiefte Situations- und Sachanalyse, die Gefahren, Möglichkeiten und Grenzen genauer erkennen kann, wird bei unverändert übernommenen Prinzipien eine konkretere Position möglich. Die ethische Unvertretbarkeit mancher Konstruktionen zeigt sich erst in dieser weitergehenden Analyse.

Gewürdigt werden muß schließlich der konsequent anwaltschaftliche Charakter dieses Textes. Es wird deutlich, daß die Kirche nicht als Interessengruppe für ihre partiellen Interessen kämpft. Das Urteil über Ordnungsstrukturen wird nicht davon bestimmt, welche Vor- oder Nachteile sie für die Organisation Kirche mit sich bringen, sondern wie sie den Menschen und der Gesellschaft dienen, wozu primär - im Sinne einer "Option für die Armen" - der Blick auf die Randgruppen der Gesellschaft notwendig ist. Eine Kommunikationsordnung, die sie noch weiter benachteiligt und an den Rand drängt, ist nicht akzeptabel. Maßstab muß im Gegenteil ihre Integration und die Förderung ihrer Kommunikationschancen sein.

9.1.3 "Grundpositionen einer kirchlichen Medienpolitik"

Dieser Text, der die offizielle Position der Deutschen Bischofskonferenz markiert, wurde von der Zentralstelle Medien im Auftrag der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz erarbeitet und von der Voll-

versammlung der Deutschen Bischofskonferenz im September 1984 in Fulda gutgeheißen.

9.1.3.1 Darstellung

Diese Stellungnahme weist der Kirche ebenfalls die Aufgabe zu, als "Anwalt für eine gerechte Medienordnung einzutreten"³² und betont, daß sie nicht als eigennützige Interessengruppe handelt.

Rückblickend verweisen die Bischöfe auf ihre Bereitschaft, sich an einem "behutsamen Ausprobieren" der Neuen Medien in Kabelpilotprojekten zu beteiligen,³³ stellen jedoch fest, daß diese von der Medienpolitik überholt werden. Ihre offene Haltung gegenüber den Neuen Medien bleibt aber unverändert.

Die Organisationsform von Massenmedien wird als eine Frage der Zweckmäßigkeit betrachtet, solange die Beteiligung aller gesellschaftlichen Kräfte und die Berücksichtigung der Vielfalt der Meinungen hinreichend gewährleistet wird. Sowohl eine binnen- wie außenpluralistische Struktur ist möglich, wobei die Finanzierungsmodalitäten allerdings so geregelt sein müssen, daß der tatsächliche Zugang für alle Gruppen der Gesellschaft möglich ist. In Klammern findet sich der Satz: "Ob etwa Rundfunk nach dem 'außenpluralen' Modell unter den gegebenen Verhältnissen überhaupt zu den vom BVG³⁴ geforderten Bedingungen - z.B. Darstellung der Meinungsvielfalt - möglich sein wird, ist noch keineswegs sicher."³⁵ Auch die Presseerzeugnisse dürfen nicht in ihrer Existenz bedroht werden.

In Bezug auf die Kommunikationsinhalte wird eine Orientierung an den Grundwerten der Verfassung, objektive Information und die Trennung von Meinung und Nachricht erwartet. Nicht nur die Meinungsvielfalt, sondern auch die Vielfalt der Sparten wird gefordert. Insgesamt ist an das neue Mediensystem "der Anspruch zu stellen, die Wirklichkeit

des gesellschaftlichen Lebens einschließlich seiner religiösen Dimension unverkürzt darzustellen."³⁶

Durch Gesetze müssen Programmgrundsätze festgelegt und wirksame Sanktionen für den Fall der Verletzung vorgesehen sein. Sie müssen ebenfalls die Zulassung von Anbietern regeln. Sie sollen weiterhin die Zeiten, zu denen Werbung ausgestrahlt werden darf, deutlich einschränken und nur Blockwerbung zwischen Programmteilen zulassen. Sonn- und Feiertage müssen werbefrei sein. "Jeglicher Einfluß der Werbung und ihrer Auftraggeber auf die Programmgestaltung muß ausgeschlossen werden."³⁷

In einer Programmvermehrung werden Gefahren und Chancen gesehen, wobei die Chance in der größeren Auswahlmöglichkeit liegt, allerdings nur unter der Voraussetzung, daß es zu einer größeren Vielfalt kommt. Die Gefahr ist darin zu sehen, daß "der undifferenzierte Medienkonsum, der die Passivität der Rezipienten fördert, zu Realitätsverlust, zu Vereinzelung, zu Kommunikationsunfähigkeit und zum Zerfall von Familie und Gemeinschaft führen kann"³⁸, durch ein Überangebot an Programmen begünstigt wird.

Das Programmangebot darf nicht "rein marktgesetzlichen Beliebigkeiten"³⁹ überlassen werden. Durch Organe, die die Gesellschaft staatsunabhängig repräsentieren, ist die Beteiligung aller gesellschaftlichen Gruppen am Programmangebot zu kontrollieren. Finanzschwachen Gruppen muß dabei - etwa durch einen Pool zu ihren Gunsten - die Beteiligung am Programm realistisch ermöglicht werden.

Schließlich bringen die Bischöfe noch den Anspruch der Kirche in Bezug auf ihre Rechte und ihre Stellung in einer neuen Kommunikationsordnung zum Ausdruck, der über die der anderen gesellschaftlichen Großgruppen hinausreicht. So wird kostenfreie Sendezeit für die Kirche auch innerhalb privater Medienangebote angemahnt. Auch die Möglichkeit, als eigenständiger Programmveranstalter

hervorzutreten, wird angesprochen. Dafür ist allerdings eine sorgfältige Prüfung notwendig.

Abschließend wird festgestellt, daß "die bis jetzt veröffentlichten Gesetzentwürfe noch mehr oder minder deutliche Defizite"⁴⁰ aufweisen.

9.1.3.2 Wertung

Dieses Positionspapier ist deutlich gekennzeichnet durch eine Konzentration - im Vergleich mit der baden-württembergischen Stellungnahme ein Rückzug - auf das "Grundsätzliche" und durch einen weitgehenden Verzicht auf eine detaillierte Sachanalyse, die zu konkreten Aussagen führen könnte. Weiterhin ist der Kompromißcharakter nicht zu übersehen, der sich zum einen in der erwähnten Beschränkung auf Grundsätze zeigt, über die man sich in der Regel leichter einigen kann, wie im Nebeneinander von verschiedenen Positionen. Das führt zu Widersprüchlichkeiten, die an den drei Themen "außenplurale Struktur", "Werbung" und "gesellschaftliche Kontrolle" gezeigt werden sollen.

Die außenplurale Struktur wird ausdrücklich als Mögliche angesprochen, und damit die Kritik am außenpluralen Modell durch die baden-württembergischen Bischöfe nicht übernommen. Allerdings werden Bedingungen gestellt, die letztlich auf die Verhinderung der Defizite hinauslaufen, die dort dieser Struktur angelastet werden. So wird im Prinzip beiden Positionen, den Kritikern, wie den "Tolerierern" eines außenpluralen Modells Rechnung getragen. Die kritische Position wird an sich logisch gleichwertig wiedergegeben. Die prinzipielle Zustimmung zu einer Struktur, verbunden mit Bedingungen ist logisch äquivalent einer grundsätzlichen bzw. situativen Ablehnung, weil bzw. solange die Bedingungen nicht erfüllt sind. Politisch allerdings sind diese beiden Formulierungen keinesfalls gleichwertig. Die prinzipielle Zustimmung erlaubt nämlich praktisch unterschiedlichen, gar gegensätzlichen Positionen die Berufung

auf diese kirchliche Stellungnahme, wenn auch möglicherweise zu Unrecht. Das aber kann nicht mehr festgestellt und moniert werden, wenn die Kirche die Festlegung präziser Kriterien, die Überprüfung ihrer Erfüllung und die Analyse von Sachzusammenhängen völlig aus der Hand und damit letztlich den Interessengruppen anheim gibt. Hätten sich die Bischöfe stattdessen auf eine konkrete ökonomische und politische Analyse außenpluraler Strukturen eingelassen, hätte sich m.E. erweisen lassen, daß diese eine erhebliche Verletzung der Kommunikationsgerechtigkeit mit sich bringen, die auch durch eine marginale strukturelle Kompensationsmaßnahme, wie den beispielhaft genannten Finanzpool, und erst recht durch schöne Gesetzesformulierung nicht zu beseitigen ist. Einen Verdacht in diese Richtung hat die Bischofskonferenz immerhin formuliert.⁴¹ Durch eine detailliertere Analyse wäre der Informationsgehalt dieses Positionspapiers erheblich gestiegen.

Auch die Aussagen über die gesellschaftliche Kontrolle bleiben vage und sind von immanenten Widersprüchlichkeiten gekennzeichnet, die sich konsequent bis in sprachliche Ungereimtheiten fortsetzen. In der Formulierung der Forderung, es "muß kontrolliert werden, daß alle gesellschaftlichen Gruppierungen, Kräfte und Strömungen angemessen zu Wort kommen und niemand... ausgeschlossen wird"⁴², zeigt sich das ganze Dilemma. Wie nämlich soll ein Kontrollgremium, beispielsweise im außenpluralen Modell, zu dem Tendenzfreiheit gehört, Kommunikationsgerechtigkeit herstellen, wenn es deren Verletzung feststellt. Es ist schließlich kein Teil der Organisationsstruktur des privaten Trägers, sondern Gremium über den einzelnen, nicht der Kommunikationsgerechtigkeit verpflichteten Veranstaltern ohne eigene Programmträgerschaft. Ein Kontrollgremium kann unter dieser Konstellation nur hoffen, daß sich Kommunikationsgerechtigkeit von selbst einstellt, oder aber ihr Fehlen konstatieren. Selbst bei binnenpluralistischer

Ordnung wirft die Kontrolle eines kommerziellen Mediensystems durch Aufsichtsgremien schwer zu bewältigende Probleme auf.⁴³

Kaum anders denn als gewaltsame Abwendung von jedem Wirklichkeitsbezug kann man die Aussagen zum Thema "Werbung" bezeichnen. Daß jeglicher Einfluß der Werbung auf die Programmgestaltung ausgeschlossen werden muß, ist zwar ein schöner Wunsch, aber eine unrealistische Forderung jenseits aller Erfahrung und wissenschaftlicher Erkenntnis⁴⁴, die weit hinter dem Stand zurückliegt, den die deutschen Bischöfe 1959 erreicht hatten. Diese Forderung enthebt die deutschen Bischöfe der Notwendigkeit einer kritischen Analyse der Werbefinanzierung und Werbeabhängigkeit von Programmen, die möglicherweise aus Gründen der Kommunikationsgerechtigkeit eine Kritik oder eine Ablehnung der überwiegenden oder vollständigen Programmfinanzierung aus Werbeeinnahmen zur Folge haben müßte. Die geforderten werbefreien Zeiten sind in diesem Umfang ebenfalls unrealistisch aber immerhin wird das deutlich sichtbar werden.

Die mangelnde Präzision dieses Textes, seine Widersprüchlichkeit und die eigenartige Verbindung von prinzipieller Offenheit und unrealistischen Bedingungen lassen seine Wirkung als gering erscheinen. Der Einfluß der Kirche auf die Medienpolitik mag sowieso minimal sein. Mit diesem Positionspapier läßt sie - sei es nun intendiert oder nicht - der Entwicklung im wesentlichen freien Lauf. Sie liefert einen wohlgesetzten Begleittext mit schönen Formulierungen, die sich vielleicht auch in den Präambeln von Mediengesetzen wiederfinden können. Die Medienwirklichkeit und ihre Strukturen werden sich damit kaum gestalten lassen.

9.2 Die Position der EKD

Die Darstellung der Position der Evangelischen Kirche in Deutschland stützt sich auf die Stellungnahme des Rates der EKD "Zur Ordnung des Rundfunkwesens in der Bundesrepublik Deutschland"⁴⁵ vom Juli 1984 und vor allem auf die Studie der Kammer der EKD für soziale Ordnung und der Kammer der EKD für publizistische Arbeit, "Die neuen Informations- und Kommunikationstechniken"⁴⁶ vom Herbst 1985. Ihre gemeinsame Besprechung erscheint deswegen berechtigt und notwendig, weil die Stellungnahme auf die thematisch breitere Studie verweist und diese sich in Fragen der Rundfunkordnung auf die Stellungnahme beruft.

Die Darstellung folgt im wesentlichen der thematisch breiteren und ausführlicheren "Studie"; die "Stellungnahme" wird nur da herangezogen, wo sie weitergehende oder vertiefende Elemente enthält.

Die gegenwärtig neueste und sehr umfangreiche Studie der Evangelischen Kirche in Deutschland beschäftigt sich mit den neuen Informations- und Kommunikationstechniken generell, unter denen die Massenmedien nur einen eher kleinen Teil ausmachen. Im folgenden werden nur die Passagen referiert und diskutiert, die sich mit der Massenkommunikation beschäftigen bzw. dafür relevant sind. Neben dem 6. Kapitel, das sich den "publizistischen Medien" widmet, sind dies Teile der Einleitung, der theologisch-sozialethischen Grundlegung und der Reflexion über die Aufgaben der Kirche und der Gemeinden.

9.2.1 Darstellung

Ähnlich wie die dargelegten katholischen Stellungnahmen sieht auch die Studie der Evangelischen Kirche in Deutschland in der Diskussion um neue Informations- und Kommunikationstechniken eine Dominanz technischer und wirtschaftlicher über anthropologische, kulturelle und soziale Ge-

sichtspunkte, was die Gefahr nach sich zieht, daß wirtschaftliche Fakten geschaffen und die Aufgaben und Chancen der Gestaltung der Technik im Dienste des Menschen zu wenig wahrgenommen werden.⁴⁷

Den neuen Techniken schreibt die Studie eine sozialkulturelle Tiefenwirkung und globale Reichweite zu, die zu einer Veränderung unserer Lebensbedingungen insgesamt führen werden.⁴⁸

In der anthropologisch-theologischen und ethischen Grundlegung verweist sie auf die soziale Dimension menschlichen Lebens, in der und durch die der Mensch Person ist. Der Sprache kommt dabei eine besondere Bedeutung zu. "Weil er selbst als Du angeredet und so zur Sprache ermächtigt ist, kann der Mensch 'Ich' sagen und sich anderen zuwenden. Darin gegründetes Handeln spielt sich im Horizont einer Kommunikationsgemeinschaft ab und ist daran zu messen, ob es die freie Anerkennung des Kommunikationspartners gewährleistet. Gelingende mitmenschliche Kommunikation ist Begegnung, Austausch, wechselseitige Mitteilung und hat ihr grundlegendes Kriterium darin, daß sie die Würde des anderen achtet und seine Freiheit fördert."⁴⁹

Die Angewiesenheit auf Kommunikation in den verschiedenen Formen und Bereichen der Sozialität läßt neben die personale auch die technisch vermittelte Kommunikation treten, deren eigene nicht gering zu schätzende anthropologische Bedeutung sich erschließt, wenn man die Medien - hier wird ausdrücklich auf "Communio et progressio" verwiesen - als "Instrumente der sozialen Kommunikation" versteht, die das Gespräch in komplexen menschlichen Beziehungsformen bis hin zur Weltgesellschaft vermitteln⁵⁰ und den Wahrnehmungs- und Verantwortungshorizont ausweiten. Informations- und Kommunikationstechniken sollen im Dienste eines mündigen Gemeinwesens stehen, "in dem gebildete bzw. informierte Bürger das Geschehen verantwortlich mitbestimmen"⁵¹. In der notwendigen Informationsleistung angesichts einer

eng zusammenhängenden und komplexen Weltgesellschaft ist primär auf eine sinnvolle Auswahl und auf Hilfe zum Verstehen zu achten.⁵²

Die zunehmende indirekte, technische Vermittlung von Wirklichkeit wird ambivalent gesehen; einerseits entsteht dadurch eine Abhängigkeit von Auswahl und Interpretationen anderer, die ideologisch mißbraucht werden kann, andererseits erweitert sich der Horizont möglicher Erfahrungen auf diese Weise, und es kann bei sorgfältiger Darstellung das Bedürfnis nach primärer Erfahrung geweckt und deren Intensität sogar gesteigert werden.⁵³

An ethischen Orientierungen und Kriterien, die auch für die Massenmedien relevant sind, nennt die Studie:⁵⁴

- Die Folgen des Handelns müssen in einer räumlich (Weltgesellschaft) wie zeitlich (nachfolgende Generationen) weit abgesteckten Dimension bedacht werden.
- Auf Offenheit der Entwicklung, d.h. auf Gestaltbarkeit und Korrigierbarkeit, ist zu achten.
- Für Zukunftsentscheidungen von großer Tragweite ist Partizipation an und Transparenz der Entscheidung und eine breite gesellschaftliche Übereinstimmung notwendig.
- Die Orientierung am Menschen und der Dienstcharakter für ihn ist zu betonen und zu sichern.
- Die soziale Verträglichkeit ist zu prüfen und Gleichheit der Chancen und sozialer Ausgleich anzustreben.
- Die Motive und Inhalte der Massenkommunikation müssen den Menschen achten, zu Frieden und Gerechtigkeit beitragen und ein möglichst vollständiges und vorurteilsfreies Bild ermöglichen. Für die Beteiligten sind Wahrhaftigkeit, Zuverlässigkeit, kritische Solidarität, Sensibilität für Ungerechtigkeit und für das, was Hoffnung zu begründen vermag, unverzichtbare Grundhaltungen.
- Massenkommunikation darf personale Kommunikation nicht verdrängen.

Im Bereich der Massenkommunikation ermöglichen die neuen Techniken eine höhere Quantität der publizistischen Ange-

bote, von der ambivalente Effekte erwartet werden. Sie kann von Vorteil für jene Inhalte sein, die bisher aus Mangel an Sendezeit benachteiligt waren.⁵⁵ Die erhöhte Konkurrenz der vielen Programme wird aber zu einem Primat der Wirtschaftlichkeit, zu billigeren Produktionen und zu deren Internationalisierung führen.⁵⁶ Der Werbung kommt ein größeres Gewicht zu und sie wird noch mehr als bisher zu einem, die gesamte Sozialkultur prägenden Faktor, der auf das Wertbewußtsein und das Menschenbild einwirkt.⁵⁷ Problematische Entwicklungen werden für die journalistische Arbeit gesehen, für die Vordergründigkeit der Informationsleistung, ein Sog zur Vereinfachung mit Standardisierung und Stereotypisierung von Handlungsmustern erwartet wird.⁵⁸ Im Bereich der Printmedien wird auf eine zunehmende Dominanz der Nachrichtenagenturen aufgrund technischer Neuerungen hingewiesen. "Die eigenständige journalistische Tätigkeit wird zugunsten der technischen Verwaltung des Informationsmaterials zurückgedrängt."⁵⁹ Zusammen mit den Konzentrationsprozessen, die noch durch intermediale Verflechtungen verschärft werden, fördert das die Monopolisierung der Nachrichtenproduktion und publizistische Machtstellungen.⁶⁰

Von den neuen, zusätzlichen Übertragungswegen im Rundfunkbereich werden mehr lokale und regionale Angebote erhofft.⁶¹

Die Studie der Evangelischen Kirche fordert im Hinblick auf eine Neuordnung des Rundfunks, daß ihr ein Konzept über die Funktion der Medien für eine offene und humane Gesellschaft zugrunde liegen muß. Sie muß sich vorrangig um die Verbesserung der Kommunikationsmöglichkeiten im lokalen Bereich, für Minderheiten und im Hinblick auf internationale Verständigung bemühen. Wesentliche Prinzipien, die in der Medienrechtssprechung des Bundesverfassungsgerichts entwickelt wurden, werden als Grundlagen für eine Neuordnung genannt: Verpflichtung der gesamten

Gesellschaft gegenüber; möglichst umfassende und vollständige Information, die die gesamte Meinungsvielfalt berücksichtigt und so zur gesellschaftlichen Integration beiträgt.⁶² Private Monopolbildung muß durch wettbewerbsrechtliche Maßnahmen und die Subventionierung des Marktzutritts gemeinnütziger Anbieter verhindert werden.⁶³

Dem öffentlich-rechtlichen System wird weiterhin eine entscheidende Bedeutung eingeräumt, auch wenn eine Reform Fehlentwicklungen (Parteieneinfluß, Bürokratisierungstendenzen) korrigieren sollte. Eine Möglichkeit der Weiterentwicklung dieser Ordnungsform wird in verstärkter Regionalisierung und Lokalisierung gesehen.⁶⁴

Die Zulassung privatwirtschaftlicher Programmanbieter wird nicht abgelehnt; es wird hier nur auf die Kontroverse gesellschaftlicher Diskussion verwiesen.⁶⁵ Jedoch müssen sie sich "an dem vom Bundesverfassungsgericht vorgesehenen Standards für die Programmgestaltung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk messen lassen"⁶⁶ und die Programme - und insbesondere Programmauflagen - gesellschaftlicher Kontrolle unterzogen werden. Als Kontrollinstanz, die die Vertretung der gesellschaftlich relevanten Gruppen analog zum öffentlich-rechtlichen System übernimmt, ist ein Medienrat mit den notwendigen rechtlichen Kompetenzen und mit Einflußmöglichkeiten vorgesehen, der auf der Ebene der Bundesländer eingerichtet wird, bei eigenständigen Lokalprogrammen auch auf lokaler Ebene. Die Kontrolle bezieht sich auf die Gesamtausrichtung der Programme, die Ausrichtung der Programme eines Anbieters, wie auch die Gestaltung einzelner Beiträge: Daneben soll auch ein "Medienforum" geschaffen werden, das die Interessen der Nutzer vertritt.⁶⁷ In der "Stellungnahme des Rates der EKD" wird darüber hinaus noch Beachtung für ein System lokaler, nichtkommerzieller Rundfunkveranstalter als Modell privatwirtschaftlichen Rundfunks gefordert. Ein solcher Lokalfunk der Bürger könnte aktivierend wirken und

die Teilnahme am öffentlichen Leben fördern.⁶⁸

Besondere Aufmerksamkeit wird für die Ordnung der Satellitenprogramme angemahnt, um ein internationales "Medienfaustrecht" zu verhindern. Dazu sind auch internationale Vereinbarungen notwendig.⁶⁹

Im Hinblick auf die Funkwerbung wird ein Verbot der Werbung an Sonn- und Feiertagen, eine Begrenzung des Anteils, Blockwerbung und eine deutliche Abgrenzung vom Programm gefordert. Bei Sponsorwerbung darf der Förderer keinen Einfluß auf den Inhalt ausüben. Werbung darf sich nicht direkt an Kinder wenden.⁷⁰

Von den neuen Entwicklungen sieht sich die Kirche in zweierlei Weise betroffen: zum einen sind sie theologisch-ethisch vom Evangelium her zu deuten und Gestaltungs- und Nutzungsmöglichkeiten zu bedenken. Zum anderen ist die Kirche in sie direkt einbezogen, betroffen und nutzt sie.

An konkreten Optionen für kirchliches Handeln ergibt sich: Die Evangelische Kirche setzt sich für den "Bestand, die Funktion und die Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ein"⁷² und beteiligt sich sowohl in den Aufsichtsgremien als auch mit eigenem Programm. Auch "eine Teilnahme an neuen, privatrechtlich organisierten Rundfunkveranstaltungen wird nicht mehr ausgeschlossen, um auch die Teilnehmer dieser Programme zu erreichen"⁷². Das gilt auch für lokale Programme. Eigens wird auf die Medienaktivität evangelikaler Gruppen hingewiesen, die seit langer Zeit auf privatwirtschaftlicher Basis religiöse Hörfunksendungen ausstrahlen und hierin eine Möglichkeit sehen, "missionarisch in der säkularisierten Gesellschaft zu wirken"⁷³. Ihren Sendungen wird Erfolg bescheinigt.

9.2.2 Wertung

Der korrigierende Einfluß, der von dieser Studie auf die Entwicklung der Medienstruktur ausgehen kann, erscheint mir,

ähnlich wie in der Stellungnahme der Katholischen Bischöfe, minimal. Dazu ist sie zu "weich". Zwar sind die Bedeutung der - auch technisch vermittelten - Kommunikation, die Leistungsmöglichkeiten und die Aufgaben der Massenmedien zutreffend erfaßt. Auch die im allgemeinen, grundlegenden Teil entwickelten ethischen Kriterien erscheinen plausibel und tragfähig. Sie müßten allerdings in der Darlegung der einzelnen Techniken und Lebensbereiche konkretisiert werden, was jedenfalls in Bezug auf die publizistischen Medien in wesentlichen Teilen nicht geschieht. Es ginge darum, relativ konkrete, gesellschaftlich zur Diskussion stehende Handlungsalternativen auf ihre Vereinbarkeit mit den ethischen Kriterien hin zu überprüfen. Statt dessen zeigt auch dieser Text die Tendenz, auf diese Analyse zu verzichten und sich mit der Formulierung von Anforderungen zu begnügen. So werden insbesondere im Hinblick auf die Zulassung privatwirtschaftlicher Rundfunkveranstalter nur die Argumente aus der gesellschaftlichen Diskussion in aller Kürze, ohne Stellung zu beziehen, dargestellt, und es werden die Anforderungen, die das Bundesverfassungsgericht für Rundfunkveranstaltungen insgesamt entwickelt hat, auch für privatwirtschaftlichen Rundfunk bestätigt. Die grundlegende Frage, ob ein privatwirtschaftliches System diese erfüllen und wie die dauerhafte Einhaltung der Anforderungen gesichert werden kann, bleibt weitgehend ungeklärt. Allerdings wird eine gesellschaftliche Kontrolle privatwirtschaftlicher Programme gefordert, die Binnenpluralität sichern soll.⁷⁴ Auf die Schwierigkeit einer effektiven Kontrolle im Rahmen einer privatwirtschaftlichen Ordnung wird aber nicht eingegangen. Die Frage, mit welchen Maßnahmen bei erkannten Defiziten die Vielfalt wirksam wieder hergestellt werden soll, bleibt auch hier offen. Von einer befriedigenden Lösung dieses Problems - und das heißt von Regelungen im Detail - hängt es aber ab, ob die Forderung nach "gesellschaftlicher Kontrolle" wie ihre Festschreibung in Mediengesetzen nicht der Be-

ruhigung der Kritiker wie des eigenen Gewissens dient.

Bei den Aussagen zur Werbung verwundert, daß sich kaum Überlegungen zu ihrem Einfluß auf die Programmgestaltung finden. Es wird nur gefordert, daß bei privatwirtschaftlichen Formen "kein bestimmender Einfluß von Werbeinteressen"⁷⁵ ausgehen sollte. Undiskutiert bleibt, ob und wie er bei rein werbefinanzierten Programmen verhindert und bis zu welchem Ausmaß er akzeptiert werden kann. Diese Formulierung markiert keinerlei Widerstandslinie. Bedenkenswert hingegen - aber im Kontext der Studie letztlich ohne Konsequenz - sind die kritischen Überlegungen zur Wirkung von Werbung auf die Werteinstellungen der Medienteilnehmer.⁷⁶

Insgesamt läßt diese Studie im Hinblick auf die Ordnungsstrukturen keine grundsätzlichen Bedenken gegenüber einer privatwirtschaftlichen Struktur im Rundfunk erkennen, solange sie gewisse inhaltliche Anforderungen erfüllt, zu deren Sicherung strukturelle Maßnahmen notwendig sind. Grundsätzliche Argumente für eine ausschließlich öffentlich-rechtliche Rundfunkstruktur im Hinblick auf die Problematik einer dualen Ordnung, der Kontrollierbarkeit privatwirtschaftlicher Unternehmen etc. finden sich nicht. Hier dürften mehrere Faktoren ausschlaggebend sein:

- Angesichts der faktischen Entwicklung mit bereits bestehenden privatwirtschaftlichen Sendern erscheint den Verfassern der Studie wohl eine gesellschaftliche Kontrolle dieser Veranstalter als das Maximum des Realisierbaren.
- Angesichts innerkirchlicher Schwierigkeit "gemeinsame Grundsätze zur Diskussion und Entwicklung im Medienbereich zu formulieren und zu vertreten"⁷⁷, ist die Formulierung einer dezidierten Position unwahrscheinlich. Es muß ein Mittelweg gefunden werden. Dabei ist zu bedenken, daß der Pluralismus innerhalb der evangelischen Kirche möglicherweise größer ist als der in der katho-

lischen Kirche, sich jedenfalls aufgrund einer demokratischeren Struktur stärker bis nach "oben" durchsetzt. Schließlich besteht eine größere organisatorische Unabhängigkeit und Selbständigkeit von Teilgruppen in der evangelischen Kirche.

- Das spielt sicherlich auch für die Zusage, sich am privatwirtschaftlichen Rundfunk zu beteiligen, eine Rolle. Bei einer ablehnenden Haltung wäre damit zu rechnen, daß sich einzelne Gruppen und Richtungen engagierten und die evangelische Kirche nur partiell repräsentiert wäre. Bei einer Zurückhaltung muß damit gerechnet werden, daß "um so zielstrebigere andere kirchliche Gruppen, darunter auch religiöse Einrichtungen und Initiativen aus dem Ausland, die verfügbaren Sendeplätze mit ihren Programmangeboten belegen"⁷⁸.

Die "störrische protestantische Stimme"⁷⁹ ist in dieser Studie leider kaum mehr zu vernehmen.

9.3 Anforderungen an eine kirchliche Medienpolitik

In diesem Abschnitt sollen einige Anforderungen an eine kirchliche Medienpolitik formuliert werden, wie sie sich aus dem Kontext dieser Arbeit ergeben. Eine kirchliche Medienpolitik hat allerdings noch andere Gesichtspunkte zu beachten (Anforderungen der innerkirchlichen Kommunikation und Verkündigung, Wirkung von Unterhaltung, Verhältnis von medialer und personaler Kommunikation etc.), als in dieser auf gesamtgesellschaftliche und politische Zusammenhänge bezogenen Arbeit zum Tragen gekommen sind. Dementsprechend wären die Anforderungen von anderen Perspektiven aus wohl teils zu erweitern, teils zu bestätigen und teils vielleicht auch gegen andere Ansprüche abzuwägen. Am grundlegenden Maßstab der Kommunikationsgerechtigkeit darf es allerdings keine Abstriche geben.

9.3.1 Sorgfältige Sachanalyse

Eine kirchliche Stellungnahme kann sich nicht auf die Publizierung von Grundprinzipien einer Ethik der Massenkommunikation beschränken, denn erst in Verbindung mit einer konkreten Analyse bestehender oder projektierter Wirklichkeit mit ihren Sachgesetzmäßigkeiten, Interessen und Machtstrukturen bekommen allgemeine Wert- und Zielaussagen handlungsrelevante Kraft. Leisten kirchliche Stellungnahmen diese Konkretisierung zumindest in grundlegenden Punkten nicht, so kann sich letztlich jede Interessengruppe darauf berufen, daß in ihrem Konzept die grundsätzlichen Forderungen der Kirche erfüllt sind. Eine Überprüfung und gegebenenfalls eine Zurückweisung solcher Ansprüche ist nur möglich, wenn die Kirche bereit ist, sich auf eine detaillierte Sachanalyse einzulassen. Selbstverständlich ist zu konzedieren, daß die Kirche kein Kommunikationsforschungsinstitut ist. Jedoch wird von ihr auch nicht erwartet, daß sie auf diesem Gebiet zu neuen wissenschaftlichen Erkenntnissen vordringt, sondern daß sie den Stand der relevanten Sozialwissenschaften, insbesondere der Publizistikwissenschaft rezipiert und ethisch durchdringt. Das muß einer Großorganisation wie der katholischen (oder evangelischen) Kirche mit ihren finanziellen und personellen Ressourcen möglich sein, wenn sie sich die entsprechenden Qualifikationen ihrer Mitglieder und die wissenschaftliche Kapazität ihrer Fakultäten, Forschungs- und Bildungseinrichtungen nutzbar macht, zumal die Kirche selbst in erheblichem Maße publizistisch tätig ist, was schließlich Reflexion des eigenen Tuns voraussetzt und Kenntnisse und Erfahrungen einbringt.

Zweifellos wächst mit der Konkretheit einer Aussage auch ihre Irrtumsanfälligkeit. Dieser Gefahr kann man durch eine Beschränkung auf Grundsätze weithin entgehen, muß dafür aber einen hohen Preis bezahlen: den der Irrelevanz

und der politischen Ineffektivität. Der Effekt der Ineffektivität wäre allerdings erheblich: der praktische Ausfall der Kirche und ihrer Verantwortung für eine menschengerechte Gestaltung der Gesellschaft in der medienpolitischen Diskussion.

Die Forderung nach einer sorgfältigen Analyse im Detail richtet sich allerdings nicht nur gegen eine Beschränkung auf Grundsätze, sondern auch gegen ein Übergewicht der Aktion über die Reflexion.⁸⁰ Zwar können möglicherweise Handlungsnotwendigkeiten "nicht einfach vertagt werden, bis die Diskussion abgeschlossen ist"⁸¹, aber in der katholischen Kirche hatte wohl schon in einer frühen Phase der Entwicklung die Aktion, die Vorbereitung und Erprobung der Beteiligung ein Übergewicht über die Diskussion und die Reflexion. Die Gefahr bei einem solchen zweigleisigen Vorgehen ist allerdings, daß die medienpolitischen Positionen durch ein übereifriges Handeln diskreditiert werden, das den Eindruck erwecken kann: dabei sein ist alles.

9.3.2 Konsequenz anwaltschaftliche Orientierung

Die Kirche begäbe sich ihres Anspruchs, mehr als eine Interessengruppe unter anderen zu sein, wenn sie eine Medienpolitik betriebe, die auf ihre eigenen Interessen - und beträfe es so zentrale Sachverhalte wie Verkündigungsmöglichkeiten - fixiert wäre und zu Lasten der Gesamtgesellschaft oder der Rechte einzelner Gruppen gehen würde. Gerade die Erfüllung ihres Auftrags fordert von ihr die Berücksichtigung des Wohls der gesamten Gesellschaft. "In diesem Sinne handelt es sich für die Kirchen gerade auch dann um Gehorsam gegenüber ihrem Verkündigungsauftrag, wenn sie in Medienfragen nicht nur ihre spezifischen Verkündigungsmöglichkeiten vertreten."⁸² Deshalb nützen die Schweizer Kirchen "die jetzige Umbruchsituation im Medienwesen nicht dazu aus, im Radio oder Fernsehen eigene

Verkündigungssender schaffen zu wollen. Ein solcher Schritt würde medienpolitische Rahmenbedingungen erfordern, die gerade die Kirchen aus den dargelegten Gründen nicht herbeiwünschen können."⁸³

Die Kirche muß im Interesse des umfassenden Wohls der Menschen Anwalt einer humanen Entwicklung der Gesellschaft und der Massenkommunikation sein. Diese anwaltschaftliche Orientierung erhält ihre Konkretisierung im Blick auf die Unterprivilegierten. Dann werden die Defizite der Gesellschaft deutlich und die Richtung, in die die Veränderung gehen muß, sichtbar. An der Verringerung ihrer Entrech-tung und Partizipationsdefizite, an der Verbesserung ihrer Kommunikationschancen muß sich jede christlich verant-wortete Medienpolitik messen lassen.

9.3.3 Verteidigung des Öffentlich-rechtlichen Rundfunk-systems

Wenn man vom Anspruch gerechter Kommunikationsstrukturen ausgeht und sich zugleich auf eine detaillierte Analyse der Voraussetzungen, die dafür gegeben sein müssen, und der Faktoren, die sie bedrohen, einläßt, dann kommt man - so das Ergebnis dieser Arbeit - zur Feststellung, daß die Einführung privatwirtschaftlichen Rundfunks negative Auswirkungen mit sich bringt. Dementsprechend müßte die Erhaltung der Öffentlich-rechtlichen Rundfunkordnung und die Verhinderung privatwirtschaftlichen Rundfunks primä-res Ziel der kirchlichen Medienpolitik sein. Dabei geht es nicht darum, die Augen vor den Schwächen und Defiziten der Öffentlich-rechtlichen Ordnungsstruktur zu verschlies-sen, sondern das ihr zugrunde liegende Bemühen um die Sicherung der Teilnahmekancen aller gesellschaftlichen Gruppen an der Massenkommunikation zu würdigen. Die Po-sition einer "kritischen Solidarität" ist ihr gegenüber durchaus angebracht, wobei es in der Kritik um eine Ver-besserung und Weiterentwicklung dieser Ordnungsform gehen

muß, die als solche unverzichtbar ist.

Im Interesse einer gerechten, humanen Ordnung der Massenkommunikation müßte die Kirche die Möglichkeiten nutzen, die ihr zur Verteidigung und Verbesserung der öffentlich-rechtlichen Ordnung zur Verfügung stehen:

- Sie müßte ihre Position unmißverständlich darlegen, ihre politischen Einflußmöglichkeiten nutzen und Bündnispartner suchen, die eine ähnliche Option für die Armen und Sprachlosen vertreten.
- Auch der Rechtsweg ist nicht auszuschließen. Um dem hohen sozialetischen Niveau der Verfassung zur Geltung zu verhelfen, könnten die jeweiligen Landesverfassungsgerichte oder das Bundesverfassungsgericht angerufen bzw. Verfassungsbeschwerden von anderen Organisationen unterstützt werden.
- Unvereinbar damit ist es, einen (vielleicht sogar privilegierten) Platz in einer solchen, als ungenügend und ungerecht "beklagten" Kommunikationsordnung einzunehmen. Dementsprechend ist Zurückhaltung bei der Beteiligung am privatwirtschaftlichen Rundfunk notwendig.

9.3.4 Zurückhaltung bei der Beteiligung am privatwirtschaftlichen Rundfunk

Wenn trotz dieses Einsatzes für die Erhaltung des öffentlich-rechtlichen Systems absehbar ist, daß ein privatwirtschaftlicher Sektor im Rundfunkbereich nicht zu verhindern sein wird, dann - und erst dann - haben auch Überlegungen zur Beteiligung der Kirche am privatwirtschaftlichen Rundfunk ihren Platz.

Dabei muß sehr sorgfältig abgewogen werden, ob die Folgen einer Nicht-Präsenz schwerer wiegen als die der Beteiligung innerhalb einer defizitären kommerziellen Programmstruktur und einer ungerechten Ordnung. Die Gefahr, daß das Umfeld die Botschaft konterkariert ⁸⁴ und daß das

kirchliche Programm einer unakzeptablen Ordnung Legitimation zu verleihen scheint, muß gesehen werden. Daß von den Protagonisten privaten Rundfunks der "Weihrauch" kirchlicher Beteiligung, nicht aber unbedingt die befreiende und kritische Kraft der christlichen Botschaft gesucht wird, dafür gibt es einige Hinweise: "So scheint es den Betreibern des privaten Rundfunks ebenso ein Anliegen zu sein, daß die Kirchen im Medienrat sind, wie auch, daß sie möglichst wenig Einfluß haben!"⁸⁵ H.Röper weist darauf hin, daß von seiten kommerzieller Anbieter ein großes Interesse an Zusammenarbeit mit nicht-profitorientierten Veranstaltern, darunter auch mit den Kirchen besteht. Diese gemeinnützigen Organisationen "setzen im allgemeinen nicht viel Kapital ein und müssen sich deswegen mit kleinen Beteiligungen und dementsprechend geringem Stimmgewicht bescheiden, weisen aber trotzdem auf eine plurale Binnenstruktur des Unternehmens hin"⁸⁶. Das bringt im Vergleich zu rein profitorientierten Veranstaltern Vorteile im Lizenzierungsverfahren und möglicherweise auch bei der Hörerwerbung. Die Frage ist, ob diesen Organisationen auch ein substantieller Einfluß auf die Programmgestaltung eingeräumt wird.

Ein privates kirchliches Programm, so es denn als das kleinere Übel betrachtet wird, darf sich jedenfalls den Engführungen und Machtstrukturen kommerziellen privaten Rundfunks nicht unterwerfen und müßte am Beispiel innerkirchlicher Kommunikation deutlich machen, was Freiheit und Offenheit der Kommunikation heißen kann. Es muß ausgeschlossen sein, daß bei einem Rundfunk in kirchlicher Trägerschaft der Träger und die Financiers darüber entscheiden, welche Gruppen und Themen aus Kirche und Gesellschaft zur Kommunikation zugelassen werden. Ein kirchliches Programm muß ferner anwaltschaftlich die Themen und Interessen der Gruppen der Unterprivilegierten aufgreifen, die in einem privatwirtschaftlichen System keine Stimme haben.

Die Frage ist allerdings, ob eine Beteiligung an neuen privatwirtschaftlichen Programmen überhaupt dringlich ist. Die Kirche hat im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und seinen Programmen eine starke Stellung. Weiterhin gibt es eine Vielzahl kirchlicher Printmedien. "Bei genauer Durchsicht finanzieller und personeller Ressourcen muß man wohl einsehen: die Kirche hat insgesamt im medialen Bereich genug Sendezeit und genug damit zu tun,... diese Zeiten jenseits jedes Dilettantismus qualifiziert auszufüllen."⁸⁷ Dementsprechend dürfte der Verzicht auf neue Kommunikationskanäle keinen substantiellen Verlust darstellen und die qualitativ optimale Nutzung der bestehenden Kommunikationswege, sowohl unter "handwerklich"-journalistischen Anforderungen wie unter dem ethischen Gesichtspunkt der Ermöglichung von Kommunikation zwischen allen (kirchlichen) Gruppen und über alle (kirchlich) relevanten Themen, Aufgabe genug sein. "Qualität steht über Quantität."⁸⁸

SCHLUSSBEMERKUNG

"Massenkommunikation", so wurde zu Beginn der Einleitung gesagt, ist kein klassisches Thema der Katholischen Soziallehre. Am Ende dieser Arbeit kann festgestellt werden, daß die Fragen und Probleme, die sich auf dem Gebiet der Massenkommunikation stellen, klassische Fragen der Katholischen Soziallehre sind.

Im Verlauf der Arbeit erwies sich als zutreffend, was in der Themenwahl schon vorausgesetzt war, daß die richtige Ordnung der Massenkommunikation nicht nur ein organisationstechnisches Problem, sondern eine ethisch relevante Aufgabe ist. Es geht bei der Gestaltung der Strukturen der Massenkommunikation um "Gerechtigkeit und Freiheit"¹ und damit um die grundlegenden Werte einer christlichen Gesellschaftslehre. In der ethischen Diskussion begegneten Frontstellungen, die generell für die Christliche Soziallehre kennzeichnend sind. Dabei dominiert in dieser Arbeit die Auseinandersetzung mit liberalistischen Konzepten, da sich das dem Kollektivismus entsprechende Modell einer vom Staat bzw. von der Staatspartei beherrschten und kontrollierten Massenkommunikation schon in den grundsätzlichen Überlegungen als offensichtlich ungeeignet herausstellte und in der Bundesrepublik auch von niemandem gefordert wird. Der Auseinandersetzung mit dem Liberalismus im Zusammenhang mit den Medienstrukturen kommt nicht nur für die Bundesrepublik Deutschland, sondern weltweit eine große Bedeutung zu, da in vielen Ländern und in den internationalen Kommunikationsbeziehungen unter dem Schlagwort der "Deregulation" eine "Liberalisierung" der Massenkommunikation angestrebt wird, selbst in Ländern wie den USA, die bereits ein weitgehend liberales Mediensystem besitzen.

Die vom liberalen Gedankengut geprägte privatwirtschaftliche Kommunikationsstruktur bewahrt in ihrer entschiedenen Ablehnung von staatlicher Bevormundung und Kontrolle und im Verweis auf den individuellen Sinn und den menschenrechtlichen Charakter der Medienfreiheit wichtige Werte. Die Engführung des Freiheitsverständnisses als Freiheit von staatlichem Zwang und staatlicher Regelung übersieht allerdings gesellschaftliche Machtverhältnisse und die von ihnen ausgehende ungleiche Verteilung der Kommunikationschancen und damit die Verletzung der Kommunikationsgerechtigkeit und die Beschränkung der Kommunikationsfreiheit für die schwächeren gesellschaftlichen Gruppen. Es zeigen sich somit im Bereich der Massenkommunikation ähnliche Mängel der liberalen Konzeption, wie sie von der Katholischen Soziallehre auch in anderen Zusammenhängen kritisiert wurden, beispielsweise in der Auseinandersetzung um den Lohnvertrag und den "gerechten Lohn". Hier zeigte sich, daß die liberale Vorstellung von freien und gleichen Partnern, die einen Lohnvertrag aushandeln, völlig an der Realität vorbeiging, die durch eine extrem ungleiche gesellschaftliche Ausgangslage gekennzeichnet war, so daß die Arbeiter "durch die Hungerpeitsche gezwungen" (M.Weber) dem Diktat der Unternehmer ausgeliefert waren.

"Die soziale Ungleichheit schlägt um in soziale Unfreiheit."² Freiheit für alle gesellschaftlichen Gruppen, ein Maximum an gleicher Freiheit für alle und damit an Gerechtigkeit³ bedarf einer Organisation der Freiheit, die die ungleichen sozialen Voraussetzungen für den Freiheitsgebrauch zureichend neutralisiert. Die öffentlich-rechtliche Organisationsform versucht, das für den Bereich der Massenkommunikation zu realisieren. Durch eine staatliche Rahmenordnung, die gesellschaftliche Kontrolle der Massenkommunikation und die Finanzierung aus Gebühren soll für alle gesellschaftlichen Gruppen faktisch die

Möglichkeit geschaffen werden, sich an der gesellschaftlichen Kommunikation zu beteiligen, und damit die Kommunikationsfreiheit für die ganze Gesellschaft, nicht nur für einen Teil von ihr, realisiert werden.

Dieser Versuch einer gemeinschaftlichen Regelung der gesellschaftlichen Kommunikation und der Sicherung der Beteiligung auch der schwächeren Gruppen steht m.E. dem von der Christlichen Soziallehre erhobenen Anspruch einer solidarischen Gesellschaftsordnung näher als das privatwirtschaftliche Modell. Allerdings dürfen die Schwächen und Problemstellen auch nicht verkannt werden, die in einer Mißbrauchsgefahr staatlicher Regelungsmacht, der Dominanz staatlicher oder staatsnaher Organisationen und der Starrheit einer solchen gesetzlichen Festlegung zu sehen sind. Angesichts dieser Schwachpunkte des öffentlich-rechtlichen Systems und der Werte, die das privatwirtschaftliche Modell zweifellos auch enthält, komme ich trotz der prinzipiellen Überlegenheit der öffentlich-rechtlichen Struktur zum Ergebnis, daß eine Medienordnung mit "publizistischer Gewaltenteilung", d.h. einer privatwirtschaftlichen Presse und einem öffentlich-rechtlichen Rundfunk, einem insgesamt öffentlich-rechtlich und erst recht einem insgesamt privatwirtschaftlich strukturierten Massenkommunikationssystem vorzuziehen ist, da auf diese Weise eine gegenseitige Kontrolle und eine Kompensation jeweiliger Defizite am ehesten möglich ist.

Diese Arbeit vertritt damit eine "restaurative Utopie" in "emanzipatorischer Absicht". Restaurativ ist dieses Konzept, da mit dem, zwar erst allmählich entstehenden, privaten Rundfunk, die publizistische Gewaltenteilung durchbrochen wird und dieses Modell der Vergangenheit angehört. Utopisch erscheint die Verteidigung bzw. Restauration eines ausschließlich öffentlich-rechtlich organisierten Rundfunksystems angesichts der Kräftekonstellationen. Den ökonomisch-technischen Interessen, die auf

die Einführung Neuer Medien und/oder neuer Medienstrukturen drängen, kommt in den industriellen Gesellschaften des Westens eine so dominierende Bedeutung zu, daß mit ihrer Zurückweisung, selbst mit guten Gründen im Hinblick auf das Gemeinwohl, kaum zu rechnen ist, zumal Medienpolitik angesichts internationaler Medienkonzerne und Ländergrenzen überschreitender Fernsehsignale nur noch begrenzt nationaler politischer Entscheidung unterliegt. Emanzipatorisch kann die Verteidigung eines bestehenden oder das Bemühen um die Wiederherstellung eines vergangenen, alten Zustandes sein, wenn deutlich ist, daß das "Fortschreiten" von ihm zu einem Ergebnis führt, bei dem weniger Freiheit, Gerechtigkeit und Solidarität gegeben ist.

Ob diese Arbeit zur praktischen Verwirklichung einer gerechten und freien Kommunikationsordnung viel beitragen kann, darf mit Fug und Recht bezweifelt werden. Selbst wenn ihre Argumente zutreffend sein sollten: über die Entwicklung der Kommunikationsstrukturen entscheiden kaum Argumente. Wenn diese Arbeit dazu mithilft, daß die Position der Kirche in der medienpolitischen Auseinandersetzung deutlicher und entschiedener werden kann und daß eine kritische, problembewußte Diskussion der Konsequenzen, die mit dem Einstieg in privatwirtschaftlichen Rundfunk verbunden sind, innerkirchlich geführt wird, so hätte sie doch ein wenig zum "Fortschritt" beigetragen.

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

BVerfGE	Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts
BVerwGE	Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts
CS	Communicatio Socialis. Zeitschrift für Publizistik in Kirche und Welt
EKM	Expertenkommission Neue Medien, Abschlußbericht, 3 Bde., Stuttgart 1981 (s. Literaturverzeichnis)
FK	Funk-Korrespondenz
MP	Media Perspektiven
RuF	Rundfunk und Fernsehen
UG	A.-F.Utz/J.-F.Groner, Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., 3 Bde., Freiburg 1954ff

ANMERKUNGEN

Kap. 1: Einleitung

- 1 Hier ist natürlich insbesondere die Wirtschaftsethik zu nennen, denn aus der Auseinandersetzung mit der von der industriellen Entwicklung und ihrer Veränderung der wirtschaftlichen Produktion aufgeworfenen "sozialen Frage" entstand die Katholische Soziallehre als eigenständige theologische Disziplin. Das Problem der richtigen Gestaltung des Wirtschaftslebens ist bis in die Gegenwart der Kernpunkt sozialetischen Reflektierens, was sich natürlich nicht allein aus der Tradition dieser Disziplin, sondern vor allem aus der enormen Bedeutung der wirtschaftlichen Strukturen für die Gestaltung des gesellschaftlichen Zusammenlebens und für die Lebensbedingungen und -chancen eines jeden erklärt. Aber auch die ethische Auseinandersetzung mit Fragen der Staatsform, den zwischenstaatlichen Beziehungen im Hinblick auf "Entwicklung" und "Frieden" oder mit der Stellung der Familie in der Gesellschaft und im Verhältnis zum Staat, um nur einige Beispiele zu nennen, hat im Rahmen dieses Faches eine mehr oder weniger lange Tradition.
- 2 Vgl. den Überblick von O.B.Roegele/G.Bauer, Kirche und Massenmedien, in: Handbuch der Pastoraltheologie, Bd.II/2, Freiburg/Brsg. 1966, 284-308, mit weiteren Literaturangaben auch zur theologischen Diskussion.
- 3 Diese Themen sind natürlich weiterhin von hoher Aktualität und Dringlichkeit, wenn man die Entwicklung insbesondere auf dem Videokassettenmarkt betrachtet.
- 4 Einen Eindruck der traditionellen Medienethik vermitteln die Handbücher der Moraltheologie. Man vergleiche mittels des Stichwortverzeichnisses die einschlägigen Stellen z.B. in O.Schilling, Handbuch der Moraltheologie. 3 Bde., Stuttgart 1952-1956, oder in den frühen Auflagen von B.Häring, Das Gesetz Christi. Moraltheologie, Freiburg/Brsg. 1954. Die Entwicklung des kirchlichen Medienverständnisses wird in späteren Auflagen nachvollzogen; vgl. 8.Aufl. 1967.
- 5 Vgl. A.Auer, Anthropologische Grundlegung einer Medienethik, in: Handbuch der christlichen Ethik. Bd.3: Wege ethischer Praxis, Freiburg/Brsg. 1982, 535-546.
- 6 Vgl. ebd., 546 und A.Auer, Verantwortete Vermittlung. Neue Überlegungen zu einer medialen Ethik, in: Stimmen der Zeit 199.Bd. (1981), 147-160, 152.
- 7 Die Notwendigkeit einer "Institutionsethik" wird auch von A.Auer bejaht, auch wenn er weiterhin bei "individual-ethischen Appellen" verbleibt; vgl. ebd., 150-153; vgl. auch G.Deussens Kritik an der individualistischen Ethik Papst Paul VI. (G.Deussen, Ethik der Massenkommunikation

- bei Papst Paul VI., München, Paderborn, Wien 1973, 277-282).
- 8 K. Lange, Das Bild der Politik im Fernsehen. Die filmische Konstruktion einer politischen Realität in den Fernsehnachrichten, Frankfurt/M. 1981, 48.
 - 9 M.Rühl, Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf, Mainz 1980, 359; auch U.Saxer kritisiert an den gegenwärtigen journalistischen Ethiken (wobei der sich nicht speziell auf theologische bezieht), daß sie viel zu sehr auf personale Tugenden bauen und die publizistischen Organisationen, über die Publizistik maßgeblich funktioniert, kaum in Pflicht nehmen; vgl. U.Saxer, Journalistische Ethik - eine Chimäre? Sieben kommunikationssoziologische Thesen zum Widerspruch ihres Anspruches und ihrer Geltungsrealität, in: Jahres- und Tagungsberichte der Görres-Gesellschaft 1983, Köln 1984, 56-68, 59.
 - 10 Vgl. F.Ronneberger, Leistungen und Fehlleistungen der Massenkommunikation, in: W.R.Langenbucher (Hrsg.), Politik und Kommunikation. Über die öffentliche Meinungsbildung, München, Zürich 1979, 127-142, 127f.
 - 11 A.Auer, Neue Überlegungen, 152f.
 - 12 M.Gottschlich, Journalismus und Orientierungsverlust. Grundprobleme öffentlich-kommunikativen Handelns, Graz 1980, 145.
 - 13 Stellungnahme der Vollversammlung des ZdK zur medienpolitischen Diskussion. In: Zentralkomitee der deutschen Katholiken: Berichte und Dokumente 24 (1975), 53-61, 59.
 - 14 Einige knappe Bemerkungen zu den Ordnungsstrukturen der Massenkommunikation finden sich bei K.Forster, Wahrheit und Massenmedien, in: Publizistik 8 (1963), 446-461, 457f.
 - 15 Vgl. dazu Abs. 2.3.
 - 16 Vgl. dazu Abs. 9.1.
 - 17 H.Boventer, Ethik des Journalismus. Zur Philosophie der Medienkultur, Konstanz 1984, 13.
 - 18 Vgl. die Bemerkung von O.v.Nell-Breuning zu seiner Doktorarbeit, in: O.v.Nell-Breuning, Soziallehre der Kirche im Ideologieverdacht, in: Theologie und Philosophie 58 (1983), 88-99, 92.
 - 19 Dabei werden mit systemtheoretischen Ansätzen auch Theorien herangezogen, die von ihrem letzten normativen Zielpunkt her vermutlich keine "konvergierende Option" (vgl. N.Mette/H.Steinkamp, Sozialwissenschaften und Praktische Theologie, Düsseldorf 1983, 170-172) vertreten. Ihre Stärke liegt allerdings darin, daß sie in ihrer Leistungsfähigkeit zur Analyse von Wechselwirkungen und Zusammenhängen zwischen Teilbereichen der Gesellschaft wohl kaum zu ersetzen sind. Diese analytische Kraft scheint mir nutzbar

zu sein, ohne zugleich die gesamte Sozialphilosophie zu übernehmen.

- 20 Das ist die Christliche Soziallehre, unabhängig von ihrer überwiegenden Zuordnung zur systematischen Theologie im theologischen Fächerkanon, die dazu nicht in Widerspruch steht.
- 21 Zumindest eine Tendenz in diese Richtung bei A.Huter, Mensch und Massenmedien. Der anthropologische Aspekt der Medienforschung, Salzburg 1981, v.a. 40-58.
- 22 Der Aufsatz von H. Praxke, Alle Publizistik ist Zwiesgespräch, in: Publizistik 5 (1960), 208-210, kann dafür als Beispiel dienen.
- 23 Vgl. beispielsweise E. Noelle-Neumann, Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung - unsere soziale Haut, München, Zürich 1980, 222f.
- 24 Vgl. ebd. und die unten folgende Definition von G.Maletzke.
- 25 M.Rühl, Journalismus und Gesellschaft, 231.
- 26 G.Maletzke, Einleitung, in: ders. (Hrsg.), Einführung in die Massenkommunikationsforschung, Berlin 2. Auflage 1975, 9-13, 9; zur Definitionsfrage ausführlicher ders., Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik, Hamburg 1963, 32ff.
- 27 M. Rühl, Journalismus und Gesellschaft, 232.
- 28 H. Boverter, Journalismus ist philosophiebedürftig. Die Medien zwischen Wissenschaft, Moral und Technik, in: CS 16 (1983), 316-319, 319; vgl. A.Huter, Mensch, 57; vgl. J.Habermas' Kennzeichnung von kommunikativem Handeln als verständigungsorientiert: J. Habermas, Theorie des kommunikativen Handelns. Bd.1, Handlungs rationalität und gesellschaftliche Rationalisierung, Frankfurt/M. 3.Aufl. 1985, 141-151 und 384-397.
- 28a M.Gottschlich, Orientierungsverlust,
- 29 Vgl. N.Luhmann, Komplexität und Demokratie, in: ders., Politische Planung. Aufsätze zur Soziologie von Politik und Verwaltung, Opladen 2.Aufl. 1975, 35-45, 37.
- 30 J.Habermas, Technischer Fortschritt und soziale Lebenswelt, in: ders., Technik und Wissenschaft als Ideologie, Frankfurt/M. 11.Aufl. 1981, 104-119, 113f.
- 31 Siehe dazu Kap.3.
- 32 Vgl. Dazu J. Huizinga, Homo ludens. Versuch einer Bestimmung des Spielelements der Kultur, Reinbek 7.Aufl. 1965, und die daran anschließenden Überlegungen von P.L.Berger, Auf den Spuren der Engel. Die moderne Gesellschaft und die Wiederentdeckung der Transzendenz, Frankfurt/M. 1975, 86-90; zur Unterhaltung speziell im Fernsehen vgl. die ausgezeichnete Darstellung von L. Bosshart, Dynamik der

- Fernsehunterhaltung. Eine kommunikationswissenschaftliche Analyse und Synthese, Freiburg/Schweiz 1979.
- 33 Vgl. dazu A.Auer, Ist Unterhaltung vertane Zeit? Überlegungen zur Unterhaltung in den Massenmedien aus der Sicht einer theologischen Ethik, in: Stimmen der Zeit 198.Bd. (1980), 735-749.
- 34 A.Auer, Anthropologische Grundlegung, 546.
- 35 G.Moser, Kommunikation und Menschlichkeit, in: CS 16 (1983), 191-199, 194; vgl. auch A.Auer, Anthropologische Grundlegung, 544 und die Pastoralinstruktion "Communio et progressio" über die Instrumente der sozialen Kommunikation, veröffentlicht u.a. Trier 1980, 1.
- 36 J.Habermas, Kommunikatives Handeln I, 387.
- 37 Vgl. J.Habermas, Aspekte der Handlungsrationalität, in: ders., Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns, Frankfurt/M. 1984, 441-472, v.a. das Schema 464.
- 38 J.Habermas, Kommunikatives Handeln I, 388.
- 39 Ebd., 388ff.
- 40 Vgl. H.Boventer, Ethik, 290.
- 41 H.Peukert, Wissenschaftstheorie - Handlungstheorie - Fundamentale Theologie. Analysen zu Ansatz und Status theologischer Theoriebildung, Frankfurt/M. 1978, 273.
- 42 J.Habermas, Vorbereitende Bemerkungen zu einer Theorie der kommunikativen Kompetenz, in: ders./N.Luhmann, Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie - Was leistet die Systemforschung, Frankfurt/M. 1971, 101-141, 137.
- 43 K.-O. Apel, Das Apriori der Kommunikationsgemeinschaft und die Grundlagen der Ethik. Zum Problem einer rationalen Begründung der Ethik im Zeitalter der Wissenschaft, in: ders., Transformation der Philosophie Bd.2, Frankfurt/M. 1973, 358-435, 400.
- 44 Ebd., 401.
- 45 J.Habermas, Vorbereitende Bemerkungen, 140.
- 46 Vgl. den hervorragenden Überblick bei H.Peukert, Wissenschaftstheorie, 114-226; vgl. H.Boventer, Ethik, 289.
- 47 J.Habermas' universalpragmatischer Ansatz erhebt letztlich einen empirischen Anspruch im Gegensatz zur sprachphilosophisch argumentierenden Transzendentalpragmatik von K.-O. Apel; vgl. H.Gripp, Jürgen Habermas. Und es gibt sie doch - Zur kommunikationstheoretischen Begründung von Vernunft bei Jürgen Habermas, Paderborn 1984, 123.
- 48 H.Peukert, Wissenschaftstheorie, 274.
- 49 Zur Soziallehre vgl. W.Kroh, Kirche im gesellschaftlichen Widerspruch. Zur Verständigung zwischen katholischer So-

zialehre und politischer Theologie, München 1982, 97-140.

- 50 H.Peukert, Wissenschaftstheorie.
- 51 Vgl. E.Arens, Kleine Bilanz der bisherigen Peukertrezeption, in: H.-U.v.Brachel/N.Mette (Hrsg.), Kommunikation und Solidarität, Freiburg/Schweiz,Münster 1985, 14-32, 22.
- 52 Zum Universalisierungsprinzip vgl. R.Wimmer, Universalisierung in der Ethik, Frankfurt/M. 1980.
- 53 T. McCarthy, Critical Theory, Boston 1978, 326, zit. nach J.Habermas, Replik auf Einwände, in: ders., Vorstudien, 475-570, 532.
- 54 Vgl. J.Habermas, Diskursethik - Notizen zu einem Begründungsprogramm, in: ders., Moralbewußtsein und kommunikatives Handeln, Frankfurt/M. 1983.
- 55 Ebd., 103.
- 56 Vgl. die Ausführungen A.Auers im Schlußteil seines Buches zur Umweltethik, die er mit dem Satz einleitet: "Mancher christliche Leser dieser Untersuchung wird sich längst irritiert gefragt haben, welchen Stellenwert hier das Christliche eigentlich habe." (A.Auer, Umweltethik. Ein theologischer Beitrag zur ökologischen Diskussion, Düsseldorf 1984, 297).
- 57 Ebd., 298.
- 58 J.Blank, Gottes Recht will des Menschen Leben. Zum Problem der Menschenrechte im Neuen Testament, in: Concilium 15 (1979), 213-218, 215.

ANMERKUNGEN

Kap. 2: Die gesellschaftliche Bedeutung und Aufgabe der Massenkommunikation im Verständnis der kirchlichen Lehre

- 1 Hier sind vor allem zu nennen: G.Deussen, Ethik der Massenkommunikation bei Papst Paul VI., München, Paderborn, Wien 1973; ders., Verkündigungsstrategien im historischen Rückblick, in: CS 4 (1971), 1-10; ders., Wahrheit und Öffentliche Meinung, Köln 1979 (Katholische Soziallehre in Text und Kommentar 12); O.B. Roegele, Die katholische Kirche und die "neuen" Medien, in: M.Rühl/H.-W.Stuiber (Hrsg.), Kommunikationspolitik in Forschung und Anwendung. Festschrift für Franz Ronneberger, Düsseldorf 1983, 241-255; M.Schmolke, Information und Massenmedien, in: H.Jedin/K.Reppen (Hrsg.), Handbuch der Kirchengeschichte VII: Die Weltkirche im 20.Jahrhundert, Freiburg/Brsg. 1985, 411-436.
- 2 Zur Situation in Deutschland vgl. R.Pesch, Die kirchlich-politische Presse der Katholiken in der Rheinprovinz vor 1848, Mainz 1966; O.B.Roegele, Presse und Publizistik des deutschen Katholizismus 1803-1963, in: A.Rauscher (Hrsg.), Der soziale und politische Katholizismus, Bd.II, München 1982, 395-434; M.Schmolke, Die schlechte Presse. Katholiken und Publizistik zwischen "Katholik" und "Publik" 1821-1968, Münster 1971; G.Valerius, Deutscher Katholizismus und Lamennais. Die Auseinandersetzung in der katholischen Publizistik 1817-1854, Mainz 1983; H.Wagner, Das Ende der katholischen Presse, 3 Bde., Aschaffenburg 1974; G.Bauer, Kirchliche Rundfunkarbeit 1924-1939, Frankfurt/M. 1966; H.Glässgen, Katholische Kirche und Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland 1945-1962, Berlin 1983. Einen knappen Überblick über die Entwicklung der katholischen Presse in anderen Ländern bietet M.Schmolke, Information, 416-428.
- 3 Vgl. G.Deussen, Ethik, 21; ders., Verkündigungsstrategien, 4.
- 4 H.-E.Bahr, Verkündigung als Information. Zur öffentlichen Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft, Hamburg 1968, 12.
- 5 Ebd., 11f; für die Entwicklung dieser Öffentlichkeit muß dem fränkischen Reich eine bedeutende Rolle zugesprochen werden; vgl. ebd., 10ff; J.B.Schneyer, Geschichte der katholischen Predigt, Freiburg/Brsg. 1969, 100ff.
- 6 Ohne die neue Technik des Buchdrucks, ohne die Flugschriften, läßt sich die Reformation nicht denken; vgl. B.Klaus, Massenmedien im Dienste der Kirche, Berlin 1970, 2ff.; A.E.Berger, Die Sturmtruppen der Reformation. Ausgewählte Flugschriften der Jahre 1520-1525, Darmstadt 1964 (Neuauf-lage der Ausgabe von 1931).

- 7 J.Hemels, Mahnmal statt Jubiläum: Nährboden und Grundlage kirchlicher Zensur vor und nach 1479, in: CS 12 (1979), 226. Mit der Bulle "Inter multiplices" vom 14.November 1487 reagierte Innozenz VIII. auf die Folgen der Drucktechnik. Sie enthält eine Zusammenfassung und Einschärfung kirchlicher Zensurbestimmungen; vgl. O.B.Roegele, Katholische Kirche, 241.
- 8 G.Deussen, Verkündigungsstrategien, 6.
- 9 G.Deussen, Ethik, 23.
- 10 R.Aubert, Die katholische Kirche und die Revolution, in: H.Jedin (Hrsg.), Handbuch der Kirchengeschichte, Bd.VI/1, Freiburg/Brsg. 1985, 1-99, 5; vgl. auch B.Plongerón, Die Kirche in Europa im 19.Jahrhundert vor der Frage: Renovation oder Restauration? Diagnose einer Krise, in: Concilium 12 (1976), 222-225.
- 11 R.Aubert, Die katholische Kirche, 5.
- 12 Bensberger Kreis, Antisozialismus aus Tradition? Reinbek 2.Aufl. 1976, 13.
- 13 G.Deussen, Ethik, 28.
- 14 Ebd., 27.
- 15 "Mirari vos", zitiert nach E.Marmy (Hrsg.), Mensch und Gemeinschaft in christlicher Schau, Freiburg/Schweiz 1945, Nr. 16f.
- 16 Ebd., Nr. 18f.
- 17 Vgl. die Konkordate unter Pius IX. mit Spanien, Österreich, Ecuador und anderen Ländern; vgl. dazu G.Deussen, Ethik, 34, mit weiteren Nachweisen.
- 18 Entsprechend war auch die Praxis des Vatikanum I.; vgl. G.Deussen, Ethik, 38-42.
- 19 Vgl. O.Weiß, Der Rückzug der Kirche ins selbstgewählte Getto, in: Orientierung 32 (1968), 261-265; Diskussionen um einen befürchteten "Rückmarsch" ins Getto gab es auch noch in der Bundesrepublik Deutschland, die angestoßen wurden durch einen Aufsatz von Karl Rahner, Marsch ins Getto?, in: Stimmen der Zeit 189.Bd. (1972), 1f.; vgl. dazu den Diskussionsband K.Lehmann/K.Rahner (Hrsg.), Marsch ins Getto? Der Weg der Katholiken in der Bundesrepublik, München 1973.
- 20 Vgl. beispielsweise die Enzyklika "Sapientia christiana" von Leo XIII., in: E.Marmy, Nr.934f.
- 21 O.Köhler, Die Ausbildung der Katholizismen in der modernen Gesellschaft, in: H.Jedin (Hrsg.), Kirchengeschichte VI/2, 195-264, 197.

- 22 Vgl.ebd., 195-264; K.Gabriel/F.X.Kaufmann (Hrsg.), Zur Soziologie des Katholizismus, Mainz 1980; darin insbesondere O.v.Nell-Breuning, Katholizismus, 24-38; A.Rauscher (Hrsg.), Der soziale und politische Katholizismus. Entwicklungslinien in Deutschland 1803-1963, 2 Bde., München 1981f. Literatur zum Katholizismus in der Bundesrepublik bei U.v.Hehl /H.Hirten (Hrsg.), Der Katholizismus in der Bundesrepublik Deutschland 1945-1980. Eine Bibliographie, Mainz 1983.
- 23 Zur "schlechten Presse" vgl. M.Schmolke, Schlechte Presse, vor allem 304-310.
- 24 Vgl. die Enzyklika "Divini Redemptoris" von Pius XI. in: E.Marmy, Nr. 182.
- 25 Vgl. die Enzyklika "Non abbiamo bisogno" von Pius XI., in: E.Marmy, Nr.259.
- 26 Vgl. die Enzyklika "Mit brennender Sorge" von Pius XI., in: E.Marmy, Nr. 312.
- 27 "Divini Redemptoris" in: E.Marmy, Nr.182.
- 28 Ebd., Nr. 183.
- 29 Ebd., Nr. 232.
- 30 Ebd., Nr. 221.
- 31 Enzyklika "Casti conubii" von Pius XI., in: E.Marmy, Nr. 349, vgl. auch Nr. 393 und die Film-Enzyklika "Vigilanti cura" von Pius XI., AAS 28 (1936),249-263
- 32 Vgl. M.Schmolke, Schlechte Presse, 342-362.
- 33 G.Deussen, Ethik, 58.
- 34 Vgl. seine Medienenzyklika "Miranda prorsus" vom 8.September 1957; in: UG 5277-5349.
- 35 Syllabus, Art.80, in: E.Marmy, Nr.44.
- 36 "Benignitas", in: E.Marmy, Nr. 1055 (dort Hervorhebungen).
- 37 O.v.Nell-Breuning, Soziallehre der Kirche im Ideologieverdacht, in: Theologie und Philosophie 58 (1983), 88-99, 91.
- 38 Vgl.die Pastoralkonstitution "Gaudium et spes" 73-76; vgl. auch G.Lindgens, Katholische Kirche und moderner Pluralismus. Der neue Zugang zur Politik bei den Päpsten Johannes XXIII. und Paul VI. und dem Zweiten Vatikanischen Konzil, Stuttgart 1980.
- 39 Vgl. auch die Erklärung über die Religionsfreiheit "Dignitatis humanae", vor allem 3.
- 40 Das ergibt sich nicht zwangsläufig aus der Thematik, denn die Kommunikation unter Christen innerhalb der Kirche könnte Modell für die gesellschaftliche Kommunikation sein. Aber gerade dieser dritte Teil bleibt hinter den anderen zurück, da er manches, was zuvor über die Freiheit der Kom-

munikation gesagt wird, für die Kirche relativiert, zum Beispiel wenn Meinungsfreiheit auf den "Austausch legitimer Ansichten" (CP 116) beschränkt wird.

41 Vgl. CP 8.

42 Vgl. CP 12.

43 CP 1.

44 CP 9.

45 Diese alte Hypothese liegt den Positionen I und II zugrunde.

46 CP 6.

47 CP 19.

48 Vgl. CP 62 und 87.

49 Diese "soziologische" Ausrichtung von "Communio et progressio" ist bereits grundgelegt in der Analyse dessen, was Massenkommunikation für ein humanes gesellschaftliches Zusammenleben bedeutet. Dieser "funktionale" Ansatz ermöglicht gegenüber einem auf das Individuum verengten Wirkungsansatz erst ein sinnvolles Eingehen auf strukturelle Gegebenheiten.

50 Vgl. CP 63.

51 M.Schmolke, Zehn ideengeschichtliche Beobachtungen zur Pastoralinstruktion "Communio et Progressio", in: F.J.Eilers (Hrsg.), Kirche und Publizistik. Dreizehn Kommentare zur Pastoralinstruktion "Communio et Progressio" mit dem deutschen Originaltext. Paderborn 1972, 17-25, 22.

52 CP 64.

53 Vgl. Pius XII., Die Presse im Dienst der Wahrheit, UG 2098.

54 So manche "gut katholische" Presse zeichnet sich vor allem durch massive Verstöße gegen die kirchliche Kommunikationsethik aus.

55 Vgl. die Kritik von A.Huter, Die Pastoralinstruktion und das neue Bild vom Menschen, in: F.J.Eilers (Hrsg.), Kirche und Publizistik, 59-68.

56 Es müßte allerdings sehr sorgfältig analysiert werden, ob in der von G.Deussen als "anthropologische Wende" bezeichneten Entwicklung nicht eine individualisierende Sichtweise mit einer Konzentration auf eine Berufsethik für Kommunikatoren zum Ausdruck kommt; zugleich wäre zu prüfen, ob dem extensiven Gebrauch des Wahrheitsbegriffs nicht doch ein dem Kommunikationsprozeß a priori vorgegebenes dogmatisches Wahrheitsverständnis zugrunde liegt, das in der Tat als Rückfall in vorkonziliare Konzepte zu qualifizieren wäre; einen Überblick über Aussagen von Johannes Paul II zu Fragen der Massenkommunikation bei G.Deussen, "Anthropologische Wende" in der kirchlichen Soziallehre zur Massenkommunikation. Der Beitrag von Papst Johannes Paul II., in: CS 18 (1985), 94-116.

ANMERKUNGEN

Kap.3: Die gesellschaftliche Bedeutung und Aufgabe der Massenkommunikation und die strukturelle Voraussetzung einer entsprechenden Leistungserbringung

- 1 Nicht der Systemtheorie zuzurechnen ist z.B.R.Geißler, Partizipatorisch-pluralistische Demokratie und Medieninhalte. Ein Bezugsrahmen zur Analyse politischer Massenkommunikationsaussagen, in: Publizistik 24 (1979), 171-187.
- 2 Eine Übersicht über Funktionsbestimmungen verschiedener Autoren und Richtungen, verbunden mit deren Interpretation und Bewertung, finden sich bei J.Aufermann, Politische Medienfunktionen in funktionalistischer Sicht - exemplarische Darstellung und Kritik, in: W.-D. Narr (Hrsg.), Politik und Ökonomie - autonome Handlungsmöglichkeiten des politischen Systems. Politische Vierteljahresschrift, Sonderheft 6, Opladen 1975, 431-451; H.-W. Stuiber, Zu den Funktionen der Massenkommunikation: Politische und soziale Orientierung als Grunddimension massenkommunikativer Leistungen, in: M.Rühl/J.Walchshöfer (Hrsg.), Politik und Kommunikation, Nürnberg 1978, 211-235 und I.Schäfer, Politisch-administratives System und Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland, Frankfurt/M. 1984, 79-81.
- 3 F.Ronneberger, Die politischen Funktionen der Massenkommunikation, in: W.R.Langenbucher (Hrsg.), Zur Theorie der politischen Kommunikation, München 1974, 193-205, 198.
- 4 Vgl. ebd., 198 und U.Saxer, Politische Funktionen der Publizistik aus der Sicht der Publizistikwissenschaft, in: Politik und Publizistik - Publizistik und Politik. Festschrift für Oskar Reck. Aarau, Frankfurt/M., Salzburg 1981, 129-148, 129.
- 5 F.Ronneberger, Autonomes Verhalten in der Lokalkommunikation, in: H.Schatz/K.Lange (Hrsg.), Massenkommunikation und Politik. Aktuelle Probleme und Entwicklungen im Massenkommunikationssystem der Bundesrepublik Deutschland, Frankfurt/M. 1982, 21-38, 23.
- 6 H.-W.Stuiber, Funktionen, 211.
- 7 Siehe dazu unten Teil II.
- 8 Siehe Abs. 3.7.2.
- 9 F.Ronneberger, Leistungen und Fehlleistungen der Massenkommunikation, in: W.R.Langenbucher (Hrsg.), Politik und Kommunikation. Über die öffentliche Meinungsbildung, München 1979, 127-142, 127.

- 10 Ebd., 128.
- 11 M.Rühl, Journalismus und Gesellschaft, 243, vgl. 249.
- 12 Siehe dazu auch Kap.4.
- 13 Vgl. H.-W.Stuiber, Funktionen, 211.
- 14 U.Saxer, Politische Funktionen, 130.
- 15 H.Rust, Massenmedien und Öffentlichkeit. Eine soziologische Analyse, Berlin 1977, 15.
- 16 K.Nusplinger, Pressefreiheit und Pressevielfalt, Diessenhofen/Schweiz 1980, 24.
- 17 Vgl. W.Bergsdorf, Die vierte Gewalt. Einführung in die politische Massenkommunikation, Mainz 1980, 76f oder ders., Politische Aufgaben und Leistungen der Massenmedien, in: Stimmen der Zeit 198.Bd. (1980), 585-596, 585; zur "Herstellung" von Öffentlichkeit vgl. auch F.Ronneberger, Kommunikationspolitik I. Institutionen, Prozesse, Ziele, Mainz 1978, 116-121 und ders., Politische Funktionen, 199-201.
- 18 E.Noelle-Neumann, Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung - unsere soziale Haut, München 1980, 84.
- 19 J.Habermas, Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, Frankfurt/M. 13.Aufl. 1982, 13.
- 20 L.Hölscher, Öffentlichkeit, in: O.Brunner/W.Conze/R.Koselleck (Hrsg.), Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland, Bd. 4, Stuttgart 1978, 413-467, 413.
- 21 N.Luhmann, Öffentliche Meinung, in: ders., Politische Planung. Aufsätze zur Soziologie von Politik und Verwaltung, Opladen 2.Aufl. 1975, 9-34, 9.
- 22 Vgl. ebd.; N.Luhmann versucht vor diesem Hintergrund eine Rekonstruktion der Begriffe "Öffentliche Meinung" und "Öffentlichkeit" mit den Denkmitteln der Systemtheorie.
- 23 Statt dessen sei auf die sehr detaillierte Analyse von L.Hölscher, Öffentlichkeit, hingewiesen.
- 24 Vgl. ebd., 446-448.
- 25 R.Smend, zum Problem des Öffentlichen und der Öffentlichkeit, in: ders., Staatsrechtliche Abhandlungen und andere Aufsätze, Berlin 2.Aufl. 1968, 463; vgl. auch L.Hölscher, Öffentlichkeit, 414-416.
- 26 Vgl. z.B. O.Negt, Thesen zum Begriff der Öffentlichkeit, in: W.-D.Narr (Hrsg.), Politik und Ökonomie, 461-466, 461; L.Hölscher, Öffentlichkeit und Geheimnis, Stuttgart 1979.
- 27 Vgl. E.Noelle-Neumann, Schweigespirale, 88.

- 28 Vgl. W.Huber, Kirche und Öffentlichkeit, Stuttgart 1973, 46f.
- 29 Ebd., 46.
- 30 Ebd., 24.
- 31 Ebd., 46.
- 32 F.Ronneberger, Politische Funktionen, 195f.
- 33 W.Bergsdorf, Politische Aufgaben, 586.
- 34 Vgl. F.Ronneberger, Politische Funktionen, 199.
- 35 F.Ronneberger, Kommunikationspolitik I, 23.
- 36 W.Huber, Öffentlichkeit, 25.
- 37 M.Loretan, Vom Zerfall der Öffentlichkeit im elektronischen Zeitalter. Gefahren der Neuen Medien für die demokratische Gesellschaft, in: Neue Wege 78 (1984), 330-338, 332.
- 38 Vgl. vor allem J.S.Mill, Über die Freiheit, hrsg. von M.Schlenke, Stuttgart 1974, 24ff. Auch bei E.Kant ist das Prinzip der Öffentlichkeit latent überall gegenwärtig, wenn es um die praktische Vernunft geht. Ausdrücklich diskutiert wird es im zweiten Anhang des Entwurfs "Zum ewigen Frieden", wo das transzendente Prinzip des öffentlichen Rechts formuliert wird, das in negativer Formulierung lautet: "Alle auf das Recht anderer Menschen bezogene Handlungen, deren Maxime sich nicht mit der Publizität verträgt, sind unrecht." (E.Kant, Zum ewigen Frieden, Anhang II: Von der Einhelligkeit der Politik mit der Moral nach dem transzendentalen Begriffe des öffentlichen Rechts, in: Kant, Werke VIII, Akademie-Textausgabe, Nachdruck Berlin 1968, 381). Zur "Öffentlichkeit" bei E.Kant vgl. auch J.Habermas, Strukturwandel, 127-143; J.Rawls, Eine Theorie der Gerechtigkeit, Frankfurt/M. 1979, 155f Anm. 8; W.Huber, Öffentlichkeit, 13-15. Allerdings wird sowohl bei J.S.Mill als auch bei E.Kant Öffentlichkeit exklusiv gefaßt. Sie umgreift nur die Gebildeten und Besitzenden.
- 39 Vgl. J.Rawls, Gerechtigkeit, 255.
- 40 J.Habermas, Strukturwandel, 104; er wendet sich hier in der Tradition E.Kants gegen Th.Hobbes: auctoritas non veritas facit legem.
- 41 Ebd., 110f.
- 42 In Deutschland ist dazu an die Verbrechen des Nationalsozialismus und an seine Propagandamaschinerie zu erinnern.
- 43 Vgl. J.Habermas, Verwissenschaftlichte Politik und öffentliche Meinung, in: ders., Technik und Wissenschaft als "Ideologie", Frankfurt/M. 11.Aufl. 1981, 120-145; R.Geißler, Massenmedien, Basiskommunikation und Demokratie, Tübingen 1973, 32-47; zur Technokratie vgl. die immer noch eindrucks-

volle Darstellung von H.Schelsky, *Der Mensch in der wissenschaftlichen Zivilisation*, in: ders., *Auf der Suche nach Wirklichkeit. Gesammelte Aufsätze*, Düsseldorf, Köln 1965, 439-471.

- 44 J.Habermas, *Strukturwandel*, 107.
- 45 H.Oberreuter, *Übermacht der Medien. Erstickt die demokratische Kommunikation?*, Zürich, Osnabrück 1982, 27.
- 46 H.-W. Stuißer, *Funktionen*, 232.
- 47 Die Darstellung folgt im wesentlichen J.Habermas, *Strukturwandel. Von der Kritik, insbesondere von W.Jäger (Öffentlichkeit und Parlamentarismus. Eine Kritik an Jürgen Habermas, Stuttgart 1973)*, wird ihm ein ahistorisches Vorgehen, überzogene Stilisierung und die Verwechslung von Idealtypus und Wirklichkeit vorgeworfen. Im Kontext dieser Arbeit kann es dahingestellt bleiben, ob die "bürgerliche Öffentlichkeit" als soziale Wirklichkeit realisiert oder "nur" Idee war. Auch als solche ist sie schließlich nicht bedeutungslos.
- 48 O.Negt, *Thesen*, 461; vgl. F.Ronneberger, *Kommunikationspolitik II. Kommunikationspolitik als Gesellschaftspolitik*. Mainz 1980, 114.
- 49 J.Habermas, *Strukturwandel*, 42.
- 50 Ebd., 107-109 und 135f.
- 51 Die Ausgrenzung der für die Entwicklung der Gesellschaft und die Veränderung der Lage der Arbeiter fundamentalen Bereiche der Produktion und Sozialisation wirft O.Negt auch der "bürgerlichen Öffentlichkeit" der Gegenwart vor; vgl. O.Negt, *Thesen*, 462; O.Negt/A.Kluge, *Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*, Frankfurt/M. 1972.
- 52 J.Habermas, *Strukturwandel*, 110.
- 53 M.Rühl, *Politische Kommunikation: ein Trendreport*, in: U.Saxer (Hrsg.), *Politik und Kommunikation. Neuere Forschungsansätze*, München 1983, 19-37, 32; vgl. N.Luhmann, *Öffentliche Meinung*, 11.
- 54 Vgl. A.Krüger, *Allgemeine Staatslehre*, Stuttgart 1964, 346; natürlich wird auch ein absolutistischer Staat im soziologischen Sprachgebrauch von der Gesellschaft, deren Teil er ist, hervorgebracht. Obige Formulierung, die etwa verfassungsrechtlicher oder auch politikwissenschaftlicher Sprache entspricht, bedeutet soziologisch, daß im einen Fall eine gesellschaftliche Gruppierung politische Macht hat, sie gegen andere Gruppierungen behauptet und auch über Generationen "vererben" kann, während im anderen Fall die Zuteilung und Ausübung politischer Macht der Zustimmung mindestens eines Großteils der Bevölkerung bedarf.

- 55 F.Ronneberger, Politische Funktionen, 194.
- 56 Ebd., 195.
- 57 Vgl. M.Rühl, Journalismus und Gesellschaft, 214-219.
- 58 Vgl. ebd., 219-223.
- 59 Ebd., 224.
- 60 Siehe die im folgenden Abschnitt besprochene Artikulationsfunktion, die gewissermaßen die aktive Seite bezeichnet, wobei das letztlich natürlich eine Frage der Perspektive ist.
- 61 Ebd., 242.
- 62 Vgl. H.Schelsky, Gedanken zur Rolle der Publizistik in der modernen Gesellschaft, in: ders., Suche , 310-326, v.a. 316.
- 63 U.Saxer, Funktionen der Massenmedien in der modernen Gesellschaft, in: R.Kurzrock (Hrsg.), Medienforschung, Berlin 1974, 22-33, 28.
- 64 Siehe dazu unten Abs. 4.1.
- 65 Vgl. U.Saxer, Funktionen der Massenmedien, 29; H.Büchele, Politik wider die Lüge. Zur Ethik der Öffentlichkeit, Wien,München,Zürich 1982, 81-86.
- 66 M.Gottschlich, Journalismus und Orientierungsverlust. Grundprobleme öffentlich-kommunikativen Handelns, Wien 1980, 38.
- 67 U.Saxer, Funktionen der Massenmedien, 29.
- 68 R.Geißler, Partizipatorisch-pluralistische Demokratie, 173; vgl. ders., Massenmedien, 52-54.
- 69 Vgl. M.Gottschlich, Orientierungsverlust, 166ff.
- 70 In eingeschränkter Form können auch Geheimdienste solcherart Informationen liefern.
- 71 W.Bergsdorf, Politische Aufgaben, 592.
- 72 M.Löffler sieht in ihr gar einen Ersatz für Volksentscheid und Volksbegehren; vgl. M.Löffler, Presserecht, München 1955, 4.
- 73 N.Luhmann, Öffentliche Meinung, 15.
- 74 Cl. Mast, Politische Öffentlichkeit. Untersuchung einer Parteiensendung des Zweiten Deutschen Fernsehens, Osnabrück 1978, 33.
- 75 Vgl. H.Oberreuter, Übermacht, 30.
- 76 W.Piepenstock, Grundgesetz und Gesellschaftsstruktur. Zu den innergesellschaftlichen Komponenten des verfassungsrechtlichen Demokratiegebots, in: Politische Vierteljahresschrift 12 (1971), 252-263, 258.
- 77 Vgl. W.R.Langenbucher/W.A.Mahle, "Umkehrproporz" und kommunikative Relevanz. Zur Zusammensetzung und Funktion der

- Rundfunkräte, in: Publizistik 18 (1973), 322-330, v.a. 323f.
- 78 Vgl. R.Geißler, Partizipatorisch-pluralistische Demokratie, 173.
- 79 F.Ronneberger, Autonomes Verhalten, 30.
- 80 Zum Konzept eines anwaltschaftlichen Journalismus vgl. beispielsweise W.Hömborg/H.H.Fabris, Die politische Rolle der Journalisten, in: Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Der Prozeß der politischen Meinungs- und Willensbildung, Teil 2, München 1976, 259-288, v.a. 276-283; H.H.Fabris, Journalismus und bürgernahe Medienarbeit. Formen und Bedingungen der Teilhabe an gesellschaftlicher Kommunikation, Salzburg 1979, 210-235; E.E.Dennis/W.L.Rivers Other Voices. The New Journalism in America, San Francisco 1974, v.a. 8 und 104-135; siehe auch unten Abs. 4.3.2.
- 81 U.Saxer, Politische Funktionen, 141.
- 82 Siehe dazu auch die ausführlicheren Überlegungen im Abs. 4.3.2.
- 83 Grundlegend G.Schmidtchen, Die befragte Nation. Über den Einfluß der Meinungsforschung auf die Politik, Freiburg/Brsg 1959.
- 84 U.Saxer, Politische Funktionen, 141.
- 85 R.Wildenmann/W.Kaltefleiter, Funktionen der Massenmedien, Frankfurt/M., Bonn 1965, 31.
- 86 Vgl. ebd.
- 87 Vgl. M.Löffler, Presserecht, 5.
- 88 Vgl. W.Bergsdorf, Vierte Gewalt.
- 89 Vgl. W.A.Kewenig, Zu Inhalt und Grenzen der Rundfunkfreiheit, Berlin 1978, 62-65.
- 90 Ebd., 65.
- 91 P.Glotz/W.R.Langenbucher, Der mißachtete Leser. Zur Kritik der deutschen Presse, Köln, Berlin 3.Aufl. 1970, 30.
- 92 F.Ronneberger, Autonomes Verhalten, 29.
- 93 Ebd., 30.
- 94 "Eine Privatperson ist nicht berechtigt, über Handlungen, das Verfahren, die Gesetze, Maßregeln und Anordnungen der Souveräne und Höfe, ihrer Staatsbediensteten, Kollegien und Gerichtshöfe öffentliche, sogar tadelnde Urteile zu fällen oder davon Nachrichten, die ihr zukommen, bekannt zu machen oder durch den Druck zu verbreiten. Eine Privatperson ist auch zu deren Beurteilung gar nicht fähig, da es ihr an der vollständigen Kenntnis der Umstände und Motive fehlt." Rescript Friedrichs II. aus dem Jahre 1748; zitiert nach J.Habermas, Strukturwandel, 40.

- 95 Vgl. G. Struve, Auskunftspflicht der Behörden, und J. Augstein, Staatsschutz, beide in: P. Schiwy/W. J. Schütz (Hrsg.), Medienrecht. Stichwörter für die Praxis, Neuwied, Darmstadt 1977, 18-21 bzw. 187-190; zum Öffentlichkeitsprinzip und seinen Grenzen vgl. H. W. Kopp, Information in der Demokratie. Bausteine einer Medienpolitik, Zürich, Köln 1976, 167-201.
- 96 Vgl. U. Saxer, Politische Funktionen, 140.
- 97 Vgl. F. Ronneberger, Politische Funktionen, 204f; H. Oberreuter, Übermacht, 33f; Cl. Mast, Politische Öffentlichkeit, 26; H. Decker/W. R. Langenbucher/G. Nahr, Die Massenmedien in der postindustriellen Gesellschaft. Konsequenzen neuer technischer und wirtschaftlicher Entwicklungen für Aufgaben und Strukturen der Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland. Göttingen 1976, 311-314; W. Bergsdorf, Politische Aufgaben, 586f und 591.
- 98 Siehe auch die Bemerkungen zum "mündigen Bürger" unten Abs. 7.3.
- 99 W. Bergsdorf, Politische Aufgaben, 591.
- 100 F. Ronneberger, Politische Funktionen, 202.
- 101 Davon zumindest nicht deutlich genug abgesetzt F. Ronneberger, ebd., 201.
- 102 H. Oberreuter, Pluralistische Gesellschaft und Neue Medien, in: Ethik und Kommunikation. Mehr Integration durch Neue Medien? Hohenheimer Medientage 1982, hrsg. von der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz und der Akademie der Diözese Rottenburg-Stuttgart, Stuttgart 1984, 23-42, 28.
- 103 Vgl. U. Saxer, Funktionen der Massenmedien, 30.
- 104 W. Bergsdorf, Politische Aufgaben, 596.
- 105 K. Nusplinger, Pressefreiheit, 45.
- 106 Vgl. L. Bosshart, Dynamik der Fernsehunterhaltung. Eine kommunikationswissenschaftliche Analyse und Synthese, Freiburg/Schweiz 1979, 169-175.
- 107 F. Ronneberger, Autonomes Verhalten, 25.
- 108 F. Ronneberger, Kommunikationspolitik I, 218f.
- 109 M. Rühl, Journalismus und Gesellschaft, 400.
- 110 Ebd.
- 111 Trotz unbestreitbarer Unterschiede von Presse und Rundfunk, die sich in den konkreten Rechtsfolgen auswirken, kann der grundsätzliche Stellenwert der Presse- und Rundfunkfreiheit nur einheitlich bestimmt werden, so daß von Medienfreiheit gesprochen werden kann; vgl. W. Hoffmann-Riem, Sozialstaatliche Wende der Medienverantwortung?, in: W. R. Langenbucher (Hrsg.), Politik, 143-163, 144; P. Lerche,

Landesbericht Bundesrepublik Deutschland, in: M.Bullinger/F.Kübler (Hrsg.), Rundfunkorganisation und Kommunikationsfreiheit, Landesberichte und Generalberichte der Tagung für Rechtsvergleichung 1979 in Lausanne, Baden-Baden 1979, 15-107, 30 BVerfG 35, 202.

- 112 H.Decker u.a., Postindustrielle Gesellschaft, 9f.
- 113 W.Berka, Medienfreiheit und Persönlichkeitsschutz. Die Freiheit der Medien und ihre Verantwortung im System der Grundrechte. Wien, New York 1982, 112.
- 114 Vgl. J.Wilcke, Leitideen in der Begründung der Pressefreiheit, in: Publizistik 28 (1983), 512-524, v.a. 514-517.
- 115 H.D. Jarass, Die Freiheit der Massenmedien. Zur staatlichen Einwirkung auf Presse, Rundfunk, Film und andere Medien, Baden-Baden 1978, 125 und 129f.
- 116 J.Wilcke, Leitideen, 515f; vgl. W.Berka, Medienfreiheit, 103.
- 117 Vgl. H.D.Jarass, Massenmedien, 125.
- 118 Vgl. J.Wilcke, Leitideen und W.Berka, Medienfreiheit, 102-116.
- 119 W.Berka, Medienfreiheit, 112, der den Zusammenhang deutlich herausarbeitet; bei J.Wilcke bleiben sie letztlich unverbunden nebeneinander stehen.
- 120 Vgl. B.Jünemann, Meinungsfreiheit und Medienentwicklung. Der Wettbewerb von Presse, Funk und Kabel am Beispiel der Lokalmärkte in Großbritannien, Freiburg/Brsg. 1980; ähnlich R.Herzog, Art.5, Rdnr. 13, in: Th.Maunz/G.Dürig/R.Herzog u.a., Grundgesetz. Kommentar, München, Loseblattsammlung Stand 1985.
- 121 H.D. Jarass, Massenmedien, 130.
- 122 Ebd., 131.
- 123 Vgl. Chr. Starck, Freiheit und Organisation. Rede gehalten am 10. April 1976 bei der Übernahme des Rektorats der Georg-August-Universität Göttingen, Tübingen 1976 v.a. 7-9.
- 124 Ganz im Gegensatz zu H.Boventer erscheint mir nicht diese Formulierung, sondern seine Verdächtigung dieser Formulierung verräterisch, weil sie den faktischen Freiheitsverlust fast aller und die Privilegierung einiger weniger bejaht und grundsätzlich Freiheit und Organisation nur als platten Gegensatz statt als facettenreiches Spannungsverhältnis sieht, was letztlich die liberalistische Auslieferung der Freiheit an gesellschaftliche Macht bedeutet; vgl. H.Boventer, Medienpolitik - nicht mehr, sondern weniger Pressefreiheit, Köln 1974, (Kirche und Gesellschaft 15) 11.

- 125 G.Herrmann, Fernsehen und Hörfunk in der Verfassung der Bundesrepublik Deutschland. Zugleich ein Beitrag zu weiteren allgemeinen verfassungsrechtlichen und kommunikationsrechtlichen Fragen, Tübingen 1975, 243f, vgl. auch 251.
- 126 Vgl.J.Rawls, Gerechtigkeit, 255f.
- 127 Allerdings kann angesichts der faktischen Entwicklung des Massenkommunikationssystems Medienfreiheit immer weniger und von immer weniger Personen als subjektives Recht in Anspruch genommen werden; vgl. zur Presse D.Stammeler, Die Presse als soziale und verfassungsrechtliche Institution. Eine Untersuchung zur Pressefreiheit nach dem Bonner Grundgesetz. Berlin 1971, 216f.
- 128 K.Nusplinger, Pressefreiheit, 93.
- 129 Vgl. z.B. Th.Oppermann, Meinungs- und Informationsfreiheit (Art.5 GG) in sich wandelnder Medienlandschaft, in: Telekommunikation in einer demokratischen Gesellschaft. Hohenheimer Medientage, hrsg. von der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz und der Katholischen Akademie Stuttgart, Stuttgart 1984, 89-106, 97.
- 130 Vgl. z.B. K.Nusplinger, Pressefreiheit, 75f.
- 131 Th. Oppermann, Meinungs- und Informationsfreiheit, 96.
- 132 So wohl sind die Ausführungen von H.Boventer, Medienpolitik, 7 zusammen mit 11 zu verstehen.
- 133 Vgl. W.Berka, Medienfreiheit, 112.
- 134 Th.Oppermann, Meinungs- und Informationsfreiheit, 95.
- 135 M.Rühl, Journalismus und Gesellschaft, 437.
- 136 E.Wufka, Die verfassungsrechtlich-dogmatischen Grundlagen der Rundfunkfreiheit. Zugleich ein Beitrag zu Problemen der Rundfunkorganisation und Staatsaufsicht, Frankfurt/M., Berlin 1971, 43.
- 137 S.o. Abs. 3.1.3.
- 138 Vgl. F.Ronneberger, Kommunikationspolitik I, 45f.
- 139 W.Hoffmann-Riem, Sozialstaatliche Wende, 149.
- 140 H.Decker u.a., Postindustrielle Gesellschaft, 13.

ANMERKUNGEN

Kap.4: Objektivität als inhaltliche Anforderung

- 1 Das Gesetz über den WDR bestimmt: "Die Nachrichtengebung muß allgemein, unabhängig und objektiv sein." (Gesetz über den "Westdeutschen Rundfunk Köln" vom 25.Mai 1954 in der Fassung vom 5.Juli 1974, § 4). Vom ZDF wird erwartet: "In den Sendungen der Anstalt soll den Fernsehteilnehmern in ganz Deutschland ein objektiver Überblick über das Weltgeschehen, insbesondere ein umfassendes Bild der deutschen Wirklichkeit vermittelt werden" (Staatsvertrag über die Errichtung der Anstalt des öffentlichen Rechts "Zweites Deutsches Fernsehen" vom 6.Juni 1961, § 2). In der Schweiz verlangen die Richtlinien der Schweizer Radio- und Fernsehgesellschaft für Informationssendungen: "Die SRG hat die Aufgabe, das Publikum so klar, so rasch, vollständig, objektiv und unparteiisch wie möglich zu informieren. Die Objektivität bildet das oberste Ziel der Informationstätigkeit." (Richtlinien der Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft für die Informationssendungen an Radio und Fernsehen, vom 13.September 1968, 2, zit. nach U.Saxer: Die Objektivität publizistischer Information, in: W.R.Langenbucher (Hrsg.), Theorie, 206-235, 206).
- 2 Eine Zusammenstellung von Argumenten gegen die Möglichkeit von Objektivität bei W.Scharf, Objektivität und Ausgewogenheit - Bedingungen der Integrationsfunktion des Fernsehens, in: Publizistik 26 (1981), 202-223, 214.
- 3 G.Troeller, Objektivität: ein sinnloser Anspruch, in: G.Bentele/R.Ruoff (Hrsg.), Wie objektiv sind unsere Medien?, Frankfurt/M. 1982, 193-199, 193.
- 4 Art. Objektivität, in: K.Koszyk/K.H.Pruys (Hrsg.), Wörterbuch zur Publizistik, München 1969, 263.
- 5 U.Saxer, Objektivität, 207.
- 6 Zur Kritik dieser Einteilung vgl. G.Bentele, Objektivität in den Massenmedien - Versuch einer historischen und systematischen Begriffserklärung, in: ders./R.Ruoff (Hrsg.), Objektiv, 111-155, 130.
- 7 Eindrucksvoll dargestellt von J.W.v.Goethe im "Erlkönig".
- 8 Vgl. W.Herkner, Einführung in die Sozialpsychologie, Bern, Stuttgart, Wien 2.Aufl. 1981, Kap.4, v.a. 238-245.
- 9 G.Bentele, Objektivität, 126; im Original Hervorhebungen.
- 10 Vgl. die Beispiele bei Chr.Dölker, "Wirklichkeit" in den Medien. Zug, 1979, 26-31.
- 11 Zum Konstruktionsparadigma - um das sich so etwas wie eine "Schule" gegründet hat - vgl.W.Schulz, Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien.Analyse der aktuellen Berichterstattung, Freiburg/Brsg., München 1976, 25ff;

- ders., Das Weltbild der Nachrichtenmedien, in: Politische Bildung 13 (1980), 33-45; K.Lange, Das Bild der Politik im Fernsehen. Die filmische Konstruktion einer politischen Realität in den Fernsehnachrichten, Frankfurt/M. 1981.
- 12 Vgl.K.Lorenz, Die Rückseite des Spiegels. Versuch einer Naturgeschichte des Erkennens, München 2.Aufl. 1975; G.Vollmer, Evolutionäre Erkenntnistheorie. Angeborene Erkenntnisstrukturen im Kontext von Biologie, Psychologie, Linguistik, Philosophie und Wissenschaftstheorie, Stuttgart 1975.
 - 13 Vgl. J.Piaget, Einführung in die genetische Erkenntnistheorie. Vier Vorlesungen, Frankfurt/M. 1973.
 - 14 J.Habermas, Erkenntnis und Interesse, Frankfurt/M. 1973.
 - 15 Als eindrucksvolles Beispiel für die Unterscheidung einer Wirklichkeit erster und zweiter Ordnung verweist P.Watzlawick auf das Gold, dessen soziale Bedeutung mit seinen physikalischen Eigenschaften sehr wenig - wenn überhaupt-- zu tun hat; P.Watzlawick, Wie wirklich ist die Wirklichkeit? Wahn, Täuschung, Verstehen, München, 7.Aufl. 1980, 143f.
 - 15 H.Boventer, Journalismus ist philosophiebedürftig. Die Medien zwischen Wissenschaft, Moral und Technik, in: CS 16 (1983), 316-330, 323.
 - 17 P.L.Berger/Th.Luckmann, Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie, Frankfurt/M. 1980.
 - 18 Ebd., 64.
 - 19 Ebd.
 - 20 R.Merkert, Fernsehen und Wirklichkeit, in: Stimmen der Zeit 200.Bd. (1982), 483-495, 485.
 - 21 Hier ist auf den Werturteilstreit in den Sozialwissenschaften hinzuweisen; vgl. U.Beck, Objektivität und Normativität. Die Theorie-Praxis-Debatte in der modernen deutschen und amerikanischen Soziologie, Reinbek 1974.
 - 22 Vgl. H.H.Fabris, Objektivität und Parteilichkeit in den Sozialwissenschaften und im Journalismus, in: Publizistik 26 (1981), 16-24, 21-23.
 - 23 Vgl. H.M.Kepplinger (Hrsg.), Angepaßte Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten, Freiburg/BrsG.1979; ders., Massenkommunikation. Rechtsgrundlagen, Medienstrukturen, Kommunikationspolitik, Stuttgart 1982, 116-156; provokativ: H.Schelsky, Die Arbeit tun die anderen. Klassenkampf und Priesterherrschaft der Intellektuellen, München 1977.
 - 24 S.u. Kap. 5,6 und 7.

- 25 Siehe den folgenden Absatz und Abs. 4.3.
- 26 I.Bystrina, Objektivität und Parteilichkeit, in: G.Bentele/R.Ruoff (Hrsg.), Objektiv, 56-77, 57; im Original Hervorhebungen.
- 27 Ebd., 60; im Original Hervorhebungen.
- 28 Ebd., 65; ähnliches gilt auch für U.Saxer, der auch Objektivität am "Willen zu einer möglichst unverzerrten... Beschreibung der Wirklichkeit" (U.Saxer, Objektivität, 211) fest macht, zugleich als Resultat der Objektivität wirklichkeitsgetreue Aussagen feststellt und schließlich nur noch vom Resultat ausgeht.
- 29 G.Betz, Wie objektiv kann Fernsehen informieren? Köln 1984, 4.
- 30 G.Betz, Fernsehen und Information - verkannte Probleme, in: Orientierung 47 (1983), 81-84, 83.
- 31 F.Böckelmann/G.Nahr, Staatliche Öffentlichkeitsarbeit im Wandel der politischen Kommunikation, Berlin 1979, 83f.
- 32 G.Betz, Fernsehen, 81.
- 33 O.B.Roegele, Neugier als Laster und Tugend, Zürich, Osna-brück 1982, 51; vgl. 51-54.
- 34 Es ist allerdings fraglich, ob man die Tatsache, daß Vielseher ängstlicher und mißtrauischer sind, als Folge des hohen Fernsehkonsums betrachten kann, (vgl. G.Gerbner, Über die Ängstlichkeit von Vielsehern, in: Fernsehen und Bildung (1978), 48-58) wie G.Betz dies tut (Fernsehen, 82), oder ob die ausgedehnte Nutzung des Fernsehens nicht eher umgekehrt eine Folge größerer Ängstlichkeit ist, bzw. Drittvariablen eine Rolle spielen. Vgl. M.Buß, Die Vielseher. Fernseh-Zuschauerforschung in Deutschland. Theorie-Praxis-Ergebnisse, Frankfurt/M. 1985; einen knappen Überblick bietet ders., Vielseher und Fernseh muffel, in: MP (1985), 378-389.
- 35 Vgl. W.Bergsdorf, Legitimität aus der Röhre. Zur Konstruktion von Realität durch das Fernsehen, in: Publizistik 28 (1983), 40-45, 42.
- 36 P.Habermann, Fernsehen und Informationsverarbeitung. Perspektiven psychologischer Medienwirkungsforschung, in: MP (1984), 51-57, 51.
- 37 Vgl. H.Sturm, Wahrnehmung und Fernsehen: Die fehlende Halbsekunde. Plädoyer für eine zuschauerfreundliche Mediendramaturgie, in: MP (1984), 58-65.
- 38 Vgl. W.Schulz, Weltbild, 42.
- 39 Vgl. H.-J.Benedict, Vom Trost der christlichen Religion zur Tröstung durch die Massenmedien?, in: Theologia Practica 11 (1976), 89-103.

- 40 U.Saxer, Objektivität, 216.
- 41 R.Geißler, Massenmedien, 59; vgl. P.Glotz/W.R.Langenbucher, Mißachteter Leser, 165-168; H.Wagner, Die unverstandene Pressekonzentration, in: Stimmen der Zeit 186. Bd. (1970), 1 - 17; H. Starkulla, Presse, Fernsehen und Demokratie. Der "Wettbewerb" der Medien als kommunikationspolitisches Problem, in: W.R.Langenbucher (Hrsg.), Theorie, 247-256, 252ff.
- 42 S.u. Abs. 4.3.1.
- 43 Vgl. die Aufzählung bei U.Saxer, Objektivität, 211 oder bei G.Bentele, Objektivität, 137, wobei ich mich beiden nicht voll anschließen kann.
- 44 G.Bentele, 139.
- 45 Vgl. N.Luhmann, Öffentlichkeit; M.Rühl, Journalismus und Gesellschaft, v.a. 184-190.
- 46 U.Saxer, Objektivität, 211.
- 47 Siehe Abs. 4.2.3 und 3.2.
- 48 Vgl. U.Saxer, Objektivität, 211.
- 49 Vgl. G.Bentele, Objektivität, 137.
- 50 Vgl. J.Aufermann, Journalistische Objektivität und Programmausgewogenheit, in: G.Bentele/R.Ruoff (Hrsg.), Objektiv, 78 - 110, v.a.103-105.
- 51 G.Bentele, Objektivität, 143.
- 52 Ein Beispiel kann das noch erläutern: Wenn ein Politiker einen Staatsbesuch macht, so ist es einigermaßen unerheblich, was für eine Krawatte er trägt (wenn es sich nicht gerade um einen Politiker der "Grünen" handelt), wichtiger schon, wie und von wem er auf dem Flughafen empfangen wird. Die Selektion ist hier vom Ereignis bestimmt und dem Kriterium "Vollständigkeit" unterworfen. Die Reise wird aber von verschiedenen Gruppen einer Bewertung unterzogen. Der Wert und Erfolg der Reise ist nicht intersubjektiv eindeutig feststellbar. Deswegen verlangt "Vollständigkeit", die Interpretationen ausgewogen wiederzugeben, wobei für die Darstellung der verschiedenen Bewertungen der Reise - die ja auch Ereignisse sind - wiederum die Kriterien der "Richtigkeit" und "Vollständigkeit" heranzuziehen sind.
- 53 Vgl. J.Aufermann, Objektivität, 104f.
- 54 Vgl. F.Ronneberger, Ausgewogenheit publizistischer Aussagen, in: Publizistik 22 (1977), 138-149, v.a. 143; zum "Umkehrproporz" vgl. W.R.Langenbucher/W.A.Mahle, "Umkehrproporz".
- 55 U.Saxer, Objektivität, 233.

- 56 Vgl. B. Bernstein, Studien zur sprachlichen Sozialisation, Frankfurt/M. 1981; B. Bernstein/W. Brandis/D. Henderson, Soziale Schicht, Sprache und Kommunikation, Düsseldorf 1973; von anderen Autoren vgl. B. Badura, Sprachbarrieren. Zur Soziologie der Kommunikation, Stuttgart-Bad Cannstatt, 2. Aufl. 1973; H. Albrecht, Sprachbarrieren vor dem Bildschirm. Schichtspezifische Hindernisse des Fernsehens am Beispiel der Tagesschau, RuF 20 (1972), 287-305; ders., Arbeiter und Symbol. Soziale Homiletik im Zeitalter des Fernsehens, München, Mainz 1982.
- 57 R. Geißler, Instanzen der politischen Sozialisation, in: Einführung in die Kommunikationswissenschaft, 323-357, 349; im Original Hervorhebungen; vgl. auch ders., Politische Bewußtseinsbildung durch Massenmedien. Zur Rolle der Massenmedien in der politischen Sozialisation, in: Vorgänge 12 (1973), Heft 6, 30-50; H. Bonfadelli, Neue Fragestellungen in der Wirkungsforschung: Zur Hypothese der wachsenden Wissensklüft, in: RuF 28 (1980), 173-193.
- 58 R. Geißler, Massenmedien, 50.
- 59 S. Weischenberg, Investigativer Journalismus und "kapitalistischer Realismus". Zu den Strukturbedingungen eines anderen Paradigmas der Berichterstattung, in: RuF 31 (1983), 349-369, 354f; s.u. Abs. 4.3.1.
- 60 Vgl. P. F. Lazarsfeld/. B. Berelson/H. Gaudet, The People's Choice, New York 1944.
- 61 W. Früh, Der aktive Rezipient - neu besehen. Zur Konstruktion faktischer Information bei der Zeitungslektüre, in: Publizistik 28 (1983), 327-342, 328; an drei Textversionen, die identische Informationen, jedoch in unterschiedlicher Reihenfolge enthielten, konnte W. Früh deutlich konstruktive Prozesse aufweisen. Die Leser versuchten von Anfang an, für die Einzelinformationen einen Rahmen zu konstruieren, in welchem sie einen sinnvollen Gesamtzusammenhang ergeben. (Dieser Prozeß gibt der Lektüre von Kriminalromanen ihren Reiz.) "Dies wäre keine sonderlich aufregende Erkenntnis, wenn das Bestreben zur Herstellung von Textsinn und Textkohärenz nicht so stark wäre, daß dadurch im Text explizit vorhandene Fakteninformationen einfach uminterpretiert werden. Durch eine geschickte Anordnung von Information kann man vielen Rezipienten offenbar bestimmte Vorstellungen über Fakten vermitteln und tatsächlich dennoch etwas anderes mitteilen." (ebd. 338).
- 62 Vgl. H. Sturm, Der Zuschauer als Manipulator, in: U. Saxer (Hrsg.), Fernsehen: Stichwort Objektivität, o.O., o.J. (Pressestelle des Fernsehens der deutschen und rätoromanischen Schweiz 1973), 95-105.
- 63 Einige Normen für Rezipienten formuliert G. Virt, Ethische Normierungen, 556; vgl. auch CP 81-83.

- 64 Vgl. M. Gottschlich, Orientierungsverlust, 179.
- 65 U. Saxer, Objektivität, 220.
- 66 Ebd., 221.
- 67 Siehe Abs. 4.1.1.
- 68 Er spricht vom "Ideal" des ich-losen Publizisten und von der "Reduktion von Subjektivität"; vgl. Anm. 66.
- 69 In der Regel beziehen sich die Begriffe "Innen-" bzw. "Außenpluralität" auf einzelne Presseorgane bzw. Rundfunkprogramme. Diese Begriffe können aber auch sinnvoll auf die Berichterstattung zu einem einzelnen Ereignis innerhalb eines binnenpluralen Mediums angewandt werden, die selbst noch einmal außenplural (durch verschiedene Beiträge von verschiedenen Autoren mit verschiedenen Ansichten), oder binnenplural (durch Wiedergabe der verschiedenen Ansichten innerhalb eines Beitrags) sein kann. Die Bezeichnungen sind also "ebenenrelativ".
- 70 M. Rühl, Journalismus und Wissenschaft - Anmerkungen zu ihrem Wirklichkeitsverständnis, in: RuF 29 (1981), 211-222, 214.
- 71 Ebd.
- 72 Vgl. R. Geißler, Partizipatorisch-pluralistische Demokratie, v.a. 176f; siehe den folgenden Abschnitt.
- 73 Zum interpretativen Journalismus vgl. C.D. MacDougall, Interpretive Reporting, New York, 8. Aufl. 1982 (1. Aufl. 1938); E.E. Dennis/W.L. Rivers, Other Voices, v.a. 2-4.
- 74 Vgl. ebd., 5ff; H.H. Fabris, Bürgernahe Medienarbeit, 210-244.
- 75 Abgesehen vom an sozialwissenschaftlichen Methoden orientierten "Präzisionsjournalismus"; vgl. E.E. Dennis/W.L. Rivers, Other Voices, 10f u. 186-202.
- 76 Vgl. S. Weischenberg, Investigativer Journalismus, v.a. 356-360.
- 77 Vgl. ebd., 361 u. 365f.
- 78 M. Rühl, Journalismus und Wissenschaft, 216.
- 79 Vgl. U. Saxer, Objektivität, 222f.
- 80 Siehe das folgende Kapitel.
- 81 Vgl. K. Lange, Abbildung oder Konstruktion der Wirklichkeit? Politik in Nachrichtenmedien, in: Politische Bildung 13 (1980), 71-85, 75.
- 82 W.R. Langenbucher, Einleitung. Vom notwendigen Wandel des Journalismus, in: ders. (Hrsg.), Journalismus und Journalismus. Plädoyers für Recherche und Zivilcourage, München 1980, 9-17, 12.

- 83 U.Pätzold, Hofberichterstattung oder Recherchenjournalismus - Zur Philosophie journalistischer Arbeit, in: W.R.Langenbucher (Hrsg.), Journalismus, 21-33, 24; vgl. auch U.Saxer, Politische Funktionen, 143.
- 84 "Vor der Kamera werden Türken aufgebaut. Die Wirklichkeit, mit der wir uns befassen, ist in der Regel schon lädiert, bevor sie uns vor das Objektiv kommt. Wir geben ihr dann nur noch den Gnadenschuß. Und das ist nicht die Schuld des Fernsehens. Das öffentliche Leben ist zu einer Marathon-Public-Relations-Veranstaltung denaturiert. Die Reklame ist überall salonfähig geworden und mit ihr die lästige und faustdicke Lüge. Das gilt für Waschmittel genauso wie für Politik, Riesenetats, mit deren Hilfe Wirklichkeit erstellt wird, gibt es für Konsumgüter wie für Ideen." (D.Lindlau, Die Exekution der Wirklichkeit - Oder: Wider die falsche Objektivität, in: W.R.Langenbucher (Hrsg.), Journalismus, 41-46, 44.
- 85 Zum Thema Recherche als Form journalistischer Wirklichkeitserforschung vgl. den Sammelband von W.R.Langenbucher (Hrsg.), Journalismus; zu den Schwierigkeiten eines investigativen Journalismus vgl. F.Weischenberg, Investigativer Journalismus.
- 86 Zur Illustration kann dienen: P.Radunski, Wahlkämpfe. Moderne Wahlkampfführung als politische Kommunikation, München, Wien 1980.
- 87 U.Saxer, Objektivität, 215.
- 88 In: G.Bentele/R.Ruoff (Hrsg.), Objektiv, 205-210.
- 89 Ebd., 206.
- 90 Siehe den 1.Abs. dieses Kapitels.
- 91 U.Saxer, Zum Stichwort "Objektivität", in: ders. (Hrsg.), Fernsehen, 7-17, 10f.
- 92 H.Boventer, Philosophiebedürftig, 325.
- 93 Vgl. H.Burghart, Journalismus in Bedrängnis, in: W.Geiger/F.Mai/H.Burghart, Der Öffentlich-rechtliche Rundfunk. Zwischen Staat, Parteien und Interessen, Zürich 1978, 60-82, 63.

ANMERKUNGEN

Kap.5: Privatwirtschaftliche Medienstruktur

- 1 Siehe Abs. 3.4.
- 2 Im Kap.8 werden im Zusammenhang mit den Neuen Medien auch einige Besonderheiten eines privatwirtschaftlichen Rundfunks angesprochen.
- 3 Vgl. J.Noll, Die deutsche Tagespresse: ihre wirtschaftliche und redaktionelle Struktur. Frankfurt/M., New York 1977, 153.
- 4 Vgl. W.J.Schütz, Zeitungsstatistik, in: E.Dovifat (Hrsg.), Handbuch der Publizistik, Bd.3, 2.Teil, Berlin 1968, 348-369.
- 5 J.Noll, Tagespresse, 11:
- 6 Vgl. ebd., 154.
- 7 Von der verkauften Auflage der Tagespresse entfallen 65,6% auf regionale Abonnementzeitungen, 2,9% auf überregionale Abonnementzeitungen, 25,0% auf die Bildzeitung, die keine Lokalberichterstattung pflegt, 7,5% auf andere Kaufzeitungen, die überwiegend auch Lokalberichterstattung betreiben; vgl. W.J.Schütz, Deutsche Tagespresse 1985, in: MP (1985), 497-520, 518 und H.H. Diederichs, Daten zur Konzentration der Tagespresse und der Publikumszeitschriften in der Bundesrepublik Deutschland im IV.Quartal 1984, in: MP (1985), 615-633, 616.
- 8 H.Decker u.a., Postindustrielle Gesellschaft, 322f.
- 9 Siehe Abs. 5.2 u. 5.3.
- 10 "Zeitungsverleger kann man heute nur noch durch Geburt oder Heirat werden." (R.-M.Kühne).
- 11 H.M.Kepplinger, Massenkommunikation, 51.
- 12 H.Holzer, Gescheiterte Aufklärung? Politik, Ökonomie und Kommunikation in der Bundesrepublik Deutschland, München 2.Aufl. 1972, 9.
- 13 F.Ronneberger, Kommunikationspolitik II, 235; vgl.schon Heinrich Heine, Schriften über Frankreich, Werke Bd.3, Frankfurt/M. 1968, 353ff.
- 14 Siehe Abs. 5.2.
- 15 Siehe Abs. 5.3.
- 16 Siehe Abs. 5.4.
- 17 Zu diesem Faktum und zu den Ursachen vgl. G.G.Kopper, Massenmedien. Wirtschaftliche Grundlagen und Strukturen. Analytische Bestandsaufnahme der Forschung 1968-1981, Konstanz 1982, 23-34.

- 18 F.Ronneberger, Kommunikationspolitik II, 222.
- 19 Vgl.J.Noll, Tagespresse, 38f.
- 20 Aus dem Anzeigengeschäftstammen bei Tageszeitungen mindestens zwei Drittel der Erlöse; vgl. G.G.Kopper, Marktzutritt - Grundfrage funktionierenden Zeitungswettbewerbs. Schlußfolgerungen aus Expertenmeinungen, Pressestatistik und empirischer Forschung, in: MP (1983) 145-154, 149.
- 21 Bei den Zeitschriften ist der Anteil der Erlöse aus dem Anzeigengeschäft, je nach Zeitschriftentyp, sehr unterschiedlich; bei den wissenschaftlichen Zeitschriften tendiert er gegen Null.
- 22 J.Noll, Tagespresse, 51.
- 23 Ebd., 52.
- 24 Ebd., 53.
- 25 Die Gesamtkosten des Anzeigenteils betragen nur 50-60% der Erlöse, 40-50% sind also Gewinn. Vgl. ebd., 57 und Bericht der Kommission zur Untersuchung der Wettbewerbsgleichheit von Presse, Funk/Fernsehen und Film. (Michel-Kommission) Bundestags-Drucksache V/2120, Bonn 1967, 89f und 326f; es ist allerdings fraglich, ob der von der Michel-Kommission angewandte Ansatz akzeptabel erscheint, als Kosten des Anzeigenteils nur die Kosten zu betrachten, die beim Wegfall des Anzeigenteils ebenfalls wegfielen, oder ob nicht umfangfixe Kosten - wie Vertrieb -, die von Text- und Anzeigenteil gemeinsam verursacht werden, anteilmäßig dem Anzeigenteil zugerechnet werden müßten. Er bliebe aber auch dann gewinnträchtig.
- 26 F.Ronneberger, Kommunikationspolitik II, 240.
- 27 Ebd., 230.
- 28 H.M(inte), Werbung, in: K.Koszyk/K.H.Pruys (Hrsg.), Handbuch der Massenkommunikation, München 1981, 332-344, 340. Vgl. z.B. St.Müller-Doohm, Medienindustrie und Demokratie. Verfassungspolitische Interpretationen - sozioökonomische Analyse, Frankfurt/M. 1972, 124-163.
- 30 F.Lassalle, Die Feste, die Presse und der Frankfurter Abgeordnetentag. Drei Symptome des öffentlichen Geistes. Eine Rede, gehalten in den Versammlungen des Allgemeinen deutschen Arbeitervereins zu Barmen, Solingen und Düsseldorf, o.J. (gehalten 1863), zit. nach O.B.Roegele (Hrsg.), Presse-Reform und Fernseh-Streit. Texte zur Kommunikationspolitik 1852 bis heute, Gütersloh 1965, 47f.
- 31 H.Decker u.a., Postindustrielle Gesellschaft, 126; im Original hervorgehoben.
- 32 Siehe Abs. 2.1.
- 33 Zu "Mündigkeit" siehe auch Abs. 7.3.

- 34 P.Glotz/W.R.Langenbucher, Mißachteter Leser, 31.
- 35 B.Jünemann, Meinungsfreiheit, 37; vgl. Unesco, World Communications, Paris 1975.
- 36 H.M.Kepplinger, Massenkommunikation, 64.
- 37 Vgl. H.Diederichs, Konzentration in den Massenmedien. Systematischer Überblick zur Situation in der BRD, München 1973, 40f.
- 38 Dies zeigten die "Blinkfuer" (BVerfGE 25,256) und "Pardon"-Affairen. Im ersten Fall versuchte der Springer-Verlag durch Druck auf Grossisten, die Verbreitung von Publikationen mit DDR-Rundfunkprogramm zu verhindern, im zweiten verweigerten Grossisten aus Angst vor Repressalien den Vertrieb einer Pardon-Nummer mit einem kritischen Artikel über A.Springer.
- 39 Eine publizistische Einheit bilden jeweils die Zeitungen, "die in einzelnen Teilen stets jedoch im 'Mantel' (insbesondere im politischen Teil) übereinstimmen, in anderen Sparten (insbesondere im lokalen Teil) aber abweichend gestaltet sind." W.J.Schütz, Pressestatistik, 354; "Mantel" sind im Regelfall die Seiten 1 und 2 mit den aktuellen politischen Nachrichten; vgl. W.J.Schütz, Tagespresse 1985, 499.
- 40 Zu diesen Daten vgl. ebd., 497; seit dem Tiefpunkt 1976 mit 121 publizistischen Einheiten ist allerdings wieder ein leichter Anstieg zu verzeichnen.
- 41 Vgl. ebd., 511f.
- 42 Es kann in diesen Kreisen durchaus mehrere Zeitungen geben, die sich allerdings in ihren Verbreitungsgebieten nicht überlappen. Neuere Ansätze der Pressekonzentrationsforschung weisen darauf hin, daß der von W.J.Schütz begründete "Kreis-Ansatz" das Ausmaß der Konzentration eher zu niedrig erfaßt. Vgl. U.Pätzold/H.Röper, Neue Ansätze einer Pressekonzentrationsforschung, in: MP (1984), 98-106.
- 43 Vgl. W.J.Schütz, Tagespresse 1985, 511.
- 44 Vgl. ebd., 509; G.G.Kopper, Marktzutritt; ders. (Hrsg.), Marktzutritt bei Tageszeitungen. Zur Sicherung von Meinungsvielfalt durch Wettbewerb, München 1984.
- 45 M.-L.Kiefer, Wie vielfältig ist die Presse eigentlich wirklich? Versuch einer Bestandsaufnahme aus aktuellem Anlaß, in: MP (1985), 727-733, 730.
- 46 Es zeigt sich aber, daß die Redaktionskosten zwar logisch gesehen Fixkosten sind, jedoch mit höherer Auflage auch ein höherer redaktioneller Aufwand getrieben wird und die redaktionelle Leistungsfähigkeit damit zunimmt. Daten, die allerdings aufgrund ihres Alters nur noch die Größen-

ordnung anzeigen können, bei J.Aufermann/B.-P.Lange/A.Zerdick, Pressekonzentration in der BRD: Untersuchungsprobleme, Ursachen und Erscheinungsformen, in: J.Aufermann/H.Bohrmann/R.Sülzer (Hrsg.), Gesellschaftliche Kommunikation und Information, Bd.1, Frankfurt/M. 1973, 242-302, 255-259.

- 47 J.Noll hat einen Index zur Messung der redaktionellen Leistungsfähigkeit zusammengestellt. Als Mindestanforderung für eine selbständige publizistische Leistung geht er dabei von 34 Redakteuren, 2 Nachrichtenagenturen, 3 Auslands- und 2 Inlandskorrespondenten aus, wobei Korrespondenten in der Regel für mehr als eine Zeitung arbeiten und insofern auch nur anteilig den einzelnen Zeitungen zugerechnet werden. Erfüllt eine Zeitung diese Mindestanforderung, so erhält sie den Indexwert 100%. (Vgl. J.Noll, Tagespresse, 127f). Er kommt damit bei seiner empirischen Erhebung zu folgendem Ergebnis: "Nur 20 Prozent der Publizistischen Einheiten erreichen einen Indexwert von mehr als 100 Prozent und sind damit als leistungsfähig im Sinne einer sich durch ein vielfältiges Informationsangebot selbstkontrollierenden Tagespresse... Mehr als ein Drittel der Publizistischen Einheiten ist völlig ungeeignet, einen Beitrag zur gegenseitigen Kontrolle der Tagespresse und damit zur Gewährleistung der Informationsfreiheit in diesem Land zu leisten." (Ebd., 28f). Entsprechend stellte B.Baerns bei einer inhaltlichen Analyse der Berichterstattung über die nordrhein-westfälische Landespolitik fest, daß sich die Medien in der weit überwiegenden Zahl der Beiträge nur auf eine Quelle stützten und eine Nach- oder Zusatzrecherche kaum stattfand. Vgl. B.Baerns, Vielfalt und Vervielfältigung, in: MP (1983), 207-215.
- 48 So konnte J.-P.Benzinger bei der Befragung von Lokalredakteuren seine These über die geringere Chance von Einflußnahmen bestätigen. Hat eine Zeitung ein lokales Monopol, "(a) dann ist die Ausgangsstellung der Lokalredakteure hinsichtlich Einflußnahme, Ansprüchen, Wünschen, Repressionen durch die politische Führung in Bezug auf die Berichterstattung tendenziell besser als bei publizistischer Vielfalt; (b) dann ist die Ausgangsstellung der Lokalredakteure hinsichtlich Ansprüchen, Wünschen, Repressionen usw. von seiten der Anzeigenkunden tendenziell stärker als bei publizistischer Vielfalt." J.-P.Benzinger, Lokalpresse und Macht in der Gemeinde. Publizistische Alleinstellung von Tageszeitungen in lokalen Räumen, Nürnberg 1980, 625f.
- 49 W.R.Langenbucher/O.B.Roegele/F.Schumacher, Pressekonzentration und Journalistenfreiheit, Berlin 1976, 78; vgl. auch H.J.Schlüter, Der neue Lokaljournalismus, in: W.R.Langenbucher (Hrsg.), Lokalkommunikation. Analysen, Beispiele, Alternativen, München 1980, 24-30, 26.

- 50 B.Koller, Lokalzeitungen in Wettbewerbs- und Monopolsituationen: Bedingungen in den Redaktionen und das Verhältnis zu Lokalhonoratioren, in: M.Rühl/J.Walchshöfer (Hrsg.), Politik, 273-293, 280; sie bestätigt damit Ergebnisse von M.Knoche und W.Schulz, Folgen des Lokalmonopols von Tageszeitungen. In: Publizistik 14 (1969), 298-310.
- 51 E.Noelle-Neumann, Folgen lokaler Zeitungsmonopole, in: E.Noelle-Neumann/F.Ronneberger/H.-W.Stuiber, Streitpunkt lokales Pressemonopol. Untersuchungen zur Alleinstellung von Tageszeitungen, Düsseldorf 1976, 11-57.
- 52 D.Stammeler, Presse, 77f.
- 53 Es gibt sicherlich einige Anzeigen dafür, daß sich Monopolzeitungen zu Forumszeitungen mit einer Art Binnenpluralismus entwickeln. (Vgl. H.Schatz, Medienpolitik - am Beispiel der Pressekonzentration. Ziele und Instrumente, in: Politische Bildung 13 (1980), 57-70, 64) Die Frage ist allerdings, ob diese Entwicklung generell gilt und ob die Berücksichtigung der Vielfalt des jeweiligen Kommunikationsraumes ohne institutionelle Absicherung garantiert ist, insbesondere wenn man an die Machtsensibilität der Massenkommunikation und an Konfliktfälle denkt, in denen der Unternehmer selbst Partei ist. S.u. Abs. 5.4.
- 54 P.Glotz/W.R.Langenbucher, Mißachteter Leser, 169-176; B.-P.Lange, Regelungsvorschläge zur Bekämpfung fortschreitender Konzentration im Pressewesen. Darstellung und Kritik, in: J.Aufermann/H.Bohrmann/R.Sülzer (Hrsg.), Gesellschaftliche Kommunikation I, 315-340; H.Schatz, Medienpolitik, 65-67; W.J.Schütz, Konzentration, in: P.Schiwy/W.J.Schütz (Hrsg.), Medienrecht: Stichwörter für die Praxis, Neuwied, Darmstadt 1977, 82-91.
- 55 W.J.Schütz, Konzentration, 89.
- 56 Ebd., 85f.
- 57 P.Glotz/W.R.Langenbucher, Mißachteter Leser, 173; ausführlich zum Thema Fusionskontrolle, allerdings primär aus wirtschaftsrechtlicher Sicht E-J.Mestmäcker, Medienkonzentration und Meinungsvielfalt. Eine vergleichende wirtschaftsrechtliche Untersuchung im Auftrag des Bundesministers des Innern, Baden-Baden 1978, 69-105.
- 58 Vgl. P.Glotz/W.R.Langenbucher, Mißachteter Leser, 173.
- 59 Vgl. H.Schatz, Medienpolitik, 67f.
- 60 H.Wagner, Pressekonzentration, 10.
- 61 Vgl. J.Noll, Tagespresse, 96-112.
- 62 Ebd., 101.
- 63 Ebd., 96-112.
- 64 H.Wagner, Pressekonzentration, 8.

- 65 Vgl. die Übersicht bei B.-P. Lange, Regelungsvorschläge, 316.
- 66 Zum öffentlich-rechtlichen Modell siehe das folgende Kapitel.
- 67 Sehr früh beispielsweise E.Kogon, Anmerkungen zum Thema "Informationsnotwendigkeit - Informationsfreiheit - Informationspflicht", in: P.Hübner (Hrsg.), Information oder herrschen die Souffleure?, 17 Untersuchungen, Hamburg 1964, 108-111; auch abgedruckt in: O.B.Roegele (Hrsg.), Presse-reform, 217-221.
- 68 P.Glotz/W.R.Langenbucher, Mißachteter Leser, 176-197; Ähnlich SPD-Massenmedien, Beschlüsse des außerordentlichen Parteitages der SPD, November 1971 in Bonn, hrsg. vom Vorstand der SPD, Bonn 1971.
- 69 P.Glotz/W.R.Langenbucher, Mißachteter Leser, 186.
- 70 B.-P. Lange, Regelungsvorschläge, 332.
- 71 Ablehnend W.J.Schütz, Konzentration, 87.
- 72 Vgl. BVerfGE 12, 205-264, v.a. 261f.
- 73 Siehe dazu auch unten Abs. 8.3.4.
- 74 Siehe auch Kap. 7.
- 75 Siehe Abs. 8.3.
- 76 M.Rühl, Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System, Freiburg/Schweiz; 2.Auf. 1979, 203; zur Funktion des Verlegers vgl. auch F.H.Fleck, Die Berufsethik des Presseverlegers in einer demokratischen Gesellschaft, in: CS 17 (1984), 1-23.
- 77 Siehe oben Abs. 5.1.
- 78 Allerdings ist ein kleiner Teil der Presse - z.B. die Partei - oder Kirchenpresse - nicht erwerbswirtschaftlich orientiert, sondern dient rein politischen und weltanschaulichen Zwecken.
- 79 Die parteipolitische Orientierung der Verleger weicht deutlich von der Verteilung in der Gesamtbevölkerung ab. Von den im Rahmen der Verlegerenquete befragten Verleger, die die Frage beantworteten - 17% verweigerten die Auskunft - wünschten "85% eine CDU-geführte Regierung, davon fast 50% mit der CSU und 36% mit der FDP. Bezogen auf die Parteipräferenz zeigt sich allerdings, daß bei 44% der Verleger, die diese Frage beantworteten, auch die FDP einen beachtlichen Sympathieanteil hat, während die SPD so gut wie keine Rolle spielt." U.Jacobi/G.Nahr, Manager der Kommunikation. Teil B: Der Zeitungsverleger im Strukturwandel der Presse, Berlin 1977, 185-339, 275.

- 80 P.Glotz/W.R.Langenbucher, Mißachteter Leser, 38.
- 81 M.Schmolke, Der Verleger zwischen Tradition und Innovation, Salzburg 1976, 16f.
- 82 Gegen diese These kann möglicherweise eingewandt werden, daß Zeitungen schließlich von einer Redaktion gemacht werden, die in ihrer journalistischen Arbeit relativ autonom ist. Direkte Verlegereingriffe sind selten. Trotzdem können Verleger ihre Zielvorstellungen durchsetzen. Entscheidende Instrumente dafür sind die Festlegung der politischen Linie kraft ihrer Richtlinienkompetenz, die Rekrutierung des Personals, insbesondere des Chefredakteurs, Sozialisationsprozesse in der Redaktion und formelle und informelle Sanktionen (Lob, Weglassen eines Artikels, Aufstiegschancen...). Vgl. dazu E.Spoo, Arbeitsbedingungen im Journalismus. Journalistische Aufgabe und journalistische Arbeitswelt, in: RuF, 29 (1981), 242-246.
- 83 Dieses unrealistische Beispiel wurde nur deswegen ausgewählt, weil an ihm - als Extremfall - die Beschränkung von Themen und Meinungen besonders offensichtlich ist.
- 84 H.Meyn, Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland. Überarbeitete Neuauflage, Berlin 1979, 64.
- 85 Vgl. Freie Universität, Institut für Publizistik und Dokumentationswissenschaft, Druckerstreik und Presse, Berlin 1976, v.a. 102.
- 86 H.Wagner, Pressekonzentration, 7.
- 87 P.Sethe, In Wasser geschrieben, Frankfurt 1968, 169; ursprünglich in einem Leserbrief an den "Spiegel".
- 88 Vgl. R.Richter, Kommunikationsfreiheit = Verlegerfreiheit? Zur Kommunikationspolitik der Zeitungsverleger in der Bundesrepublik Deutschland 1945-1969, München 1973.
- 89 Ebd., 229.
- 90 Ebd., 236.
- 91 Siehe Abs. 5.2.
- 92 Vgl. B.Baerns, Redaktionelle Werbung im Wettbewerb von Tageszeitungen. Probleme und Befunde einer Untersuchung zur Trennung von redaktionellem Text und Anzeigen; M.Kissler, Unlautere Werbung durch redaktionelle Werbung, beide in: H.-D. Fischer/B. Baerns (Hrsg.), Wettbewerbswidrige Praktiken auf dem Pressemarkt. Positionen und Probleme im internationalen Vergleich, Baden-Baden 1979, 99-123 bzw. 89-98.
- 93 J.-P. Benzinger, Lokalpresse, 631.
- 94 Vgl. H.Meyn, Massenmedien, 61; F.Ronneberger, Kommunikationspolitik II, 261.

- 95 Vgl. z.B. die "Publizistischen Grundsätze (Pressekodex)" des Deutschen Presserates; wiedergegeben in den Jahrbüchern des Deutschen Presserates.
- 96 In Frage kommt z.B. das "Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb".
- 97 Unter diesem Gesichtspunkt der Widerstandsfähigkeit gegen Pressionen ist fehlender Wettbewerb von Medien positiv zu sehen. Vgl. H.M(inte), Werbung, 340.
- 98 Vgl. F.Ronneberger, Kommunikationspolitik II, 262.
- 99 Eine ganze Reihe Beispiele für erfolgreiche und erfolglose Versuche der Einflußnahme von Inserenten auf redaktionelle Inhalte und für Anzeigenboykotts gegen Zeitungen in der Schweiz finden sich bei U.Haldimann, Der verkaufte Leser. Presse unter Inserentendruck, Basel, 2.Aufl. 1981, v.a. 37-90; vgl. J.Aufermann, Werbung, Presse und manipulierte Öffentlichkeit, in: J.Aufermann/H.Bohrmann/R.Sülzer (Hrsg.) Gesellschaftliche Kommunikation II, 544-567.
- 100 G.Bucerus, Der angeklagte Verleger. Notizen zur Freiheit der Presse, München 1974, 19.
- 101 Hier ist beispielsweise an einen Anzeigenpool zu denken. Vgl. dazu und zu weiteren Vorschlägen zur Reduzierung der Werbeabhängigkeit B.-P.Lange, Regelungsvorschläge, 334f.
- 102 Von diesen Fällen sollen der Anzeigenboykott gegen "Stern" und "Spiegel" im Jahre 1972 (vgl. H.Meyn, Massenmedien, 62 und G.Bucerus, Verleger, 19) und der Druck auf die "Wirtschaftswoche" im Zusammenhang mit einer Artikelserie über Kernenergie (vgl. P.Christ, Lehrgeld für den neuen Chef. Eine Artikelserie über Atomstrom sorgt für Ärger bei der Wirtschaftswoche, in: Die Zeit 39 (1984), Nr. 28 vom 6.Juli 1984, 21) kurz dargestellt werden. 1972 trafen sich Spitzenvertreter der deutschen Wirtschaft, um über Maßnahmen gegen die sozialliberale Koalition zu beraten. In diesem Kontext sollten auch "Stern" und "Spiegel" domestiziert werden. Das führte immerhin zu einer Reduktion des Anzeigenumfangs des "Spiegel" im Jahre 1972 um 12,7% (vgl. G.Bucerus, Verleger, 19), die sich damit in einer Größenordnung bewegte, die in der Regel eine Gefährdung der Existenzfähigkeit darstellt (vgl. H.Meyn, Massenmedien, 61). Auf die starke wirtschaftliche Stellung dieser Zeitschriften ist es zurückzuführen, daß diese Maßnahmen letztlich ohne Erfolg blieben. Schwächere Medien hätten sie durchaus zur Kurskorrektur bzw. zur Einstellung zwingen können. Am Beispiel der "Wirtschaftswoche" kann der Einfluß der Wirtschaft als Anzeigenkunde auf die publizistische Aussage eines Presseorgans gezeigt werden. Die wirtschaftsfreundliche "Wirtschaftswoche" hatte eine ungewohnt kritische Serie über die Probleme der Kernenergie begonnen. Das rief sofort Proteste der Kraftwerksfirmen und Elektri-

zitätsgesellschaften hervor. Das "Deutsche Atomforum", ein eingetragener Verein, der die friedliche Nutzung der Kernenergie fördern will und dem neben Stromerzeugern auch bedeutende Baufirmen, Versicherungen, Großbanken und Stahlherstellern angehören, schrieb: "Wir können auch nicht ausschließen, daß bei einer entsprechenden Fortsetzung dieser Serie die Grundlagen der langjährigen vertrauensvollen Zusammenarbeit mit Organen ihrer Verlagsgruppe in Frage gestellt werden könnte." (Zit. nach P.Christ, Lehrgeld, 21).

Proteste kamen auch vom Vorstandsvorsitzenden der "Kraftwerkunion". "Nach dem zweiten Teil der Serie schrieb er an die 'Wirtschaftswoche': 'Ich hoffe, daß es bei diesen beiden Veröffentlichungen bleibt und daß - wenn es eine dritte Fortsetzung gibt - diese anders aussieht, als das, was bisher in einem Stil geschehen ist, den ich im Interesse der Sache und der 'Wirtschaftswoche' zutiefst bedauere.'

Der KWU-Chef wurde nicht enttäuscht. Teil drei der Serie (Thema: Sicherheit) erschien - mit einer Woche Verspätung und genehmer Tendenz." (Ebd. 21). Dazu wurde der bereits vorliegende Artikel überarbeitet und zwar nicht vom Autor, einem Fachmann, sondern vom Herausgeber der "Wirtschaftswoche".

- 103 P.Brumm und P.Schwindt, Der Pressemarkt in der Bundesrepublik Deutschland. Öffentliche Aufgabe und privatwirtschaftliche Organisation der Presse, Köln 1982, 176.
- 104 BVerwGE 39, 159-169, 167.
- 105 CP 62.
- 106 Vgl. die Kritik bei G.Moser, Beteiligung am gesellschaftlichen Gespräch. Fragen und Bemerkungen zu einer medialen Standortbestimmung in der Kirche, in: CS 18 (1985), 158-165, 161.
- 107 Deswegen auch das große Interesse an "redaktioneller Werbung", die den Anschein der Unparteilichkeit erweckt.
- 108 H.Meyn, Massenmedien, 61.
- 109 K.Nusplinger, Pressefreiheit, 175.
- 110 Ebd., 175.
- 111 O.v.Nell-Breuning, Probleme einer neuen Unternehmensverfassung, in: Die Neue Ordnung 22 (1968), 110-120, 118.
- 112 W.Hoffmann-Riem, Pressefreiheit durch redaktionelle Autonomie, in: K.-D. Funke/E. Theilen (Hrsg.), Pressefreiheit und Mitbestimmung, Bonn-Bad Godesberg 1977, 57-71, 58f.
- 113 R.Niemann, Mitbestimmung, in: P.Schiwy/W.J.Schütz (Hrsg.), Medienrecht, 101-107, 105.
- 114 F.Kübler, Empfiehlt es sich, zum Schutz der Pressefreiheit Vorschriften über die innere Ordnung von Presseunternehmen zu erlassen?, in: Verhandlungen des 49.Deutschen Juristentages, Bd. I: Gutachten D, München 1972, 86.

- 115 Auf die Darstellung und Diskussion konkreter Modelle muß hier verzichtet werden.
- 116 Vgl. W.Weber, Innere Pressefreiheit als Verfassungsproblem, Berlin 1973, 79f.
- 117 K.Nusplinger, Pressefreiheit, 177.
- 118 W.Hoffmann-Riem, Innere Pressefreiheit als politische Aufgabe. Über die Bedingungen und Möglichkeiten arbeitsteiliger Aufgabenwahrnehmung in der Presse, Neuwied, Darmstadt 1979, 139.
- 119 Vgl.O.v.Nell-Breuning, Unternehmensverfassung, 117-120.

ANMERKUNGEN

Kap. 6: Öffentlich-rechtliche Medienstruktur

- 1 Staatsvertrag über die Regelung des Rundfunkgebührenwesens in den Fassungen vom 30. Oktober 1968 und 5. Dezember 1974, z.B. in: W.-D. Ring (Hrsg.), Deutsches Presse- und Rundfunkrecht. Textsammlung des Deutschen Presse- und Rundfunkrechts mit Anmerkungen, Verweisen und Sachregister. 2 Bde., München, Loseblattsammlung, Stand 1983, C-1, 1.1.
- 2 S.o. Abs. 3.7.2.
- 3 Chr. Starck, Zusammensetzung der Rundfunkgremien und Rundfunkfreiheit. Gutachten, in: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (Hrsg.), Herrschaft und Kritik. Probleme der Rundfunkfreiheit, Frankfurt/M. 1974, 15-47, 18.
- 4 Ebd., 19.
- 5 W.R.Langenbucher, Rundfunkkontrolle und gesellschaftliche Relevanz, in: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, Herrschaft, 78-111, 83.
- 6 Vgl. die entsprechenden Urteile des Bundesverfassungsgerichts; BVerfGE 12, 205-264, v.a. 259ff; BVerfGE 31, 314-357, v.a. 325-330; BVerfGE 57, 295-335, v.a. 318-327.
- 7 Siehe dazu oben Abs. 2.4 und im folgenden 6.4.
- 8 E.Faul, Programmforschung im Kabelpilotprojekt, Ludwigs-hafen/Vorderpfalz. Auszüge aus den Erläuterungen des Projektentwurfs, in: MP (1985), 271-287, 277.
- 9 H.Montag, Privater oder Öffentlich-rechtlicher Rundfunk? Initiativen für einen privaten Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin 1978, 27.
- 10 G.Hundertmark, Das öffentlich-rechtliche Rundfunksystem, in: Einführung in die Kommunikationswissenschaft, 225-257, 244.
- 11 K.Sontheimer, Zum Problem der gesellschaftlichen Kontrolle des Rundfunks und seiner Organisation, in: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (Hrsg.), Herrschaft, 48-77, 65.
- 12 Vgl. E.Faul, Programmforschung, 277f.
- 13 W.R.Langenbucher, Rundfunkkontrolle, 90.
- 14 Ebd.
- 15 Vgl. W.R.Langenbucher/W.A.Mahle, "Umkehrproporz", 328.
- 16 Vgl. Cl. Offe, Politische Herrschaft und Klassenstrukturen. Zur Analyse spätkapitalistischer Gesellschaftssysteme, in: G.Kress/D.Senghaas (Hrsg.), Politikwissenschaft. Eine Einführung in ihre Probleme, Frankfurt/M. 2.Aufl. 1970, 155-189, v.a. 167-169.

- 17 K.Sontheimer, Gesellschaftliche Kontrolle, 70f.
- 18 Ebd., 71; ebenso W.R.Langenbucher, Rundfunkkontrolle, 94.
- 19 H.Glässgen, Katholische Kirche, 236f.
- 20 Vgl. W.R.Langenbucher, Rundfunkkontrolle, 93 und Anm.80 dort.
- 21 Vgl. J.Henning, Rundfunkräte auf dem Prüfstand, Bonn 1981, der die Problematik und die Zusammenhänge am Beispiel der Vertriebenen deutlich macht: "Die Nennung der Vertriebenen als einer Gruppe, die nicht so relevant ist, daß sie in den Rundfunkgremien vertreten sein müßte, macht deutlich, daß 'gesellschaftliche Relevanz' eine Eigenschaft ist, die einem geschichtlichen Wandel unterworfen ist. Niemand wird bestreiten, daß zur Zeit der Entstehung der meisten Rundfunkgesetze die Vertriebenen eine große Gruppe mit eigenen Problemen, Anliegen und Interessen war. Inzwischen ist die Integration in die Gesamtbevölkerung so weit abgeschlossen, daß für viele diese eigenen Interessen nicht mehr so recht zu erkennen sind. Die politische Annäherung der Vertriebenenorganisationen an die CDU/CSU ist allerdings so eng geworden, daß diese Partei zur Zeit auf diese Hilfsgruppe noch nicht verzichten möchte." (56).
- 22 M.Wittig-Terhardt, Rundfunkrecht, in: P.Schiwy/W.J.Schütz (Hrsg.), Medienrecht, 157-168, 161.
- 23 Vgl. die eindeutigen Belege bei R.Hoffmann, Rundfunkorganisation und Rundfunkfreiheit. Die Entwicklung von Organisations- und Machtstrukturen im Westdeutschen Rundfunk Köln und das Selbstverständnis der Programmacher, Berlin 1975, 93.
- 24 Siehe dazu auch den nächsten Abs.
- 25 Ein präziser Vergleich ist natürlich nur unter vergleichbaren Bedingungen - also öffentlich-rechtlicher versus privatwirtschaftlicher Rundfunk - möglich und nur relevant, wo die Ersetzung des einen Modells durch ein anderes zur Diskussion steht. Siehe dazu Kap.8.
- 26 Die Ausführungen zu diesem Thema ließen sich natürlich auch auf die entsprechenden Absätze verteilen. Da es aber in der medienpolitischen Diskussion ein selbständiges Thema ist, soll es auch hier eigenständig abgehandelt werden.
- 27 Vgl. R.Hoffmann, Rundfunkorganisation, 93.
- 28 Vgl. ebd., 103-105.
- 29 P.Chr.Hall, Die Brandstifter als Feuerwehr? Die permanente Krise des Rundfunks, in: M.W.Thomas (Hrsg.), Die Verteidigung der Rundfunkfreiheit, Reinbek 1979, 81-90, 82.

- 30 K.Sontheimer, Gesellschaftliche Kontrolle, 54; primär besteht sicherlich das Interesse, Einflußbereiche unter die eigene Herrschaft zu bringen; da dies aufgrund der Konkurrenzsituation nicht möglich ist, strebt jede Partei wenigstens einen proportionalen Herrschaftsanteil an.
- 31 N.Schneider, Parteieneinfluß im Rundfunk, in: J.Aufermann/W.Scharf/O.Schlie (Hrsg.), Fernsehen und Hörfunk für die Demokratie. Ein Handbuch über den Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland, Opladen 1979, 116-126, 120; im Original Hervorhebungen.
- 32 M.Rühl, Journalismus und Gesellschaft, 387.
- 33 Das heißt nicht, daß es keine journalismusinternen Qualitätsmerkmale gibt, ansonsten könnten problemlos alle Stellen mit Parteivertretern besetzt werden.
- 34 H.Burghart, Journalismus, 77.
- 35 H.Boventer, Rundfunkfreiheit - Legitimationskrise des Öffentlich-rechtlichen Systems, Köln 1977, 5.
- 36 N.Schneider, Parteieneinfluß, 121; zu "Ausgewogenheit" siehe oben Abs. 4.2.2.
- 37 Allerdings ist die "Stoppuhr-Mentalität", die sich in den Parteizentralen breit macht, dem Gegenstand nicht angemessen und zeigt zwanghafte Züge.
- 38 Ebd., 121; vgl. W.Ruhland, Über-parteilich den Parteien zu Diensten: die politischen Magazine im Bundestagswahljahr 1976, in: W.R.Langenbacher (Hrsg.), Politik, 202-210.
- 39 K.Sontheimer, Gesellschaftliche Kontrolle, 63.
- 40 Vgl. ebd., 57f.
- 41 Ebd., 58.
- 42 Vgl. J.Henning, Rundfunkräte, 74.
- 43 K.Sontheimer, Gesellschaftliche Kontrolle, 59.
- 44 D.Schwarzkopf, Gesucht: ein Gruppenbild in Grau. Die gesellschaftlich relevanten Kräfte und die Rundfunkkontrolle, in: Stimmen der Zeit 192.Bd. (1974), 363-374, 370f.
- 45 Vgl. Chr. Starck, Zusammensetzung, 24; N.Schneider, Parteieneinfluß, 122.
- 46 K.Sontheimer, Gesellschaftliche Kontrolle, 60.
- 47 J.Seifert, Probleme der Parteien- und Verbandskontrolle von Rundfunk- und Fernsehanstalten, in: R.Zoll (Hrsg.), Manipulation der Meinungsbildung. Zum Problem hergestellter Öffentlichkeit, Opladen 3.Aufl. 1974, 124-152, 133.
- 48 Vgl. E.-W.Böckenförde, Organ, Organisation, Juristische Person, in: Chr.-F.Menger, Fortschritte des Verwaltungsrechts. Festschrift für Hans J.Wolff zum 75.Geburtstag. München 1973, 269-305.

- 49 Zu diesen Überlegungen vgl. H.D.Jarass, Massenmedien, 250-256; und ders., Die Freiheit des Rundfunks vom Staat. Gremienbesetzung, Rechtsaufsicht, Genehmigungsvorbehalte, staatliches Rederecht und Kooperationsformen auf dem verfassungsrechtlichen Prüfstand, Berlin 1981, 37-43.
- 50 Allerdings scheint es fraglich, ob die Parteien - und seien es die Regierungsparteien - so eindeutig dem staatlichen Bereich zugeordnet werden können; sie sind wohl eher als Verbindungsglieder zwischen Gesellschaft und Staat, als "Transmissionsriemen" (Lenin) einzustufen.
- 51 H.D.Jarass, Rundfunk, 41.
- 52 Ebd., 42.
- 53 Nicht behandelt wird das direkte, außerhalb der Programmverantwortung der Rundfunkanstalten stehende Rederecht des Staates in bestimmten Situationen und die Kooperation beim Unterrichtsfernsehen; vgl. dazu ebd., 169-82.
- 54 Deutlich ist das bei der Diskussion um die Neuen Medien bzw. deren Organisationsform. Hier geht es auch um Inhalte, die durch neue Medienstrukturen verändert werden sollen, wenngleich das selten ausgesprochen wird. Eindeutig ist dieses Ziel schon sehr früh bei H.Boventer, Medienpolitik, 12-14, zu erkennen.
- 55 Zu den organisatorischen Vorgaben gehört auch die Finanzierung, auf die in einem eigenen Abschnitt eingegangen wird.
- 56 Vgl. W.A.Kewenig, Rundfunkfreiheit, 29-67.
- 57 H.D.Jarass, Rundfunk, 49.
- 58 Vgl. BVerfGE 12, 261; BVerfGE 54, 29 und 36.
- 59 H.D.Jarass, Rundfunk, 55.
- 60 H.-H. Herbers, Wirtschaftliche Grundlagen und Probleme des Rundfunks, in: J.Aufermann/W.Scharf/O.Schlie (Hrsg.), Fernsehen, 63-91, 63.
- 61 W.Lehr, Der Rundfunk ist kein Zuckerbäcker. Über das Verhältnis von Programmauftrag und Wirtschaftlichkeit in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, in: ARD-Jahrbuch 1983, Hamburg 1983, 80-95, 85.
- 62 F.Barsig, Die Öffentlich-rechtliche Illusion. Medienpolitik im Wandel, Köln 1981, 84; vgl. 84-93.
- 63 W.Lehr, Rundfunk, 80.
- 64 Ebd., 81.
- 65 Zur Kostensituation in Großbritannien vgl. W.A.Mahle, Großbritannien. Ein Modell für die Bundesrepublik?, Berlin 1984 (Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung (Hrsg.), Kommerzielles Fernsehen in der Medienkonkurrenz, Bd.I), 284-286; die EKM stellt fest, daß sich aus unter-

- schiedlichen Organisations- und Finanzierungsformen allein kein wesentliches Kostengefälle ergibt. Vgl. Leitsätze, in: EKM I, Stuttgart 1981, 13-24, 18.
- 66 B.-P. Lange, Kommerzielle Ziele und binnenpluralistische Organisation bei Rundfunkveranstaltern. Eine Untersuchung aus wirtschaftswissenschaftlicher und kommunikationstheoretischer Sicht, Frankfurt/M. 1980, 64f.
- 67 Vgl. ebd., 64; er nennt als dritte Form noch "die Einbeziehung der Teilnehmer in die Programmgestaltung selber" (ebd.), doch muß man angesichts des hohen Einflusses, den die Rundfunkanstalten durch die Auswahl der Teilnehmer auf diese Art des Feedbacks haben, die Repräsentativität dieser Form bezweifeln.
- 68 H.Fünfgelt/E.Diemel/M.Gläser, Finanzplanung im Rundfunk - Geplante Defizite ? Hrsg. vom Süddeutschen Rundfunk Stuttgart, Stuttgart 1981, 34.
- 69 Heute müßten wir hier noch die Neuen Medien ergänzen.
- 70 H.Bausch, Rundfunkpolitik nach 1945, 2.Teil, München 1980, 664.
- 71 Vgl. H.Fünfgelt/E.Diemel/M.Gläser, Finanzplanung, 43f.
- 72 Vgl. ebd., 44f.
- 73 Indexierung der Rundfunkgebühr wird beispielsweise erwogen bei F.H.Fleck, Grundprobleme der Ökonomie der Medien, in: ders. (Hrsg.), Die Ökonomie der Medien, Freiburg/Schweiz 1983, 9-19, 12.
- 74 Vgl. H.-H.Herbers, Wirtschaftliche Grundlagen, 84 und 86; F.W.Hymmen, Werbeeinnahmen und Kostenstruktur. Kommerzielle Aktivität des Rundfunks: ihr politischer Preis, ihr politischer Gewinn, in: M.Kötterheinrich u.a. (Hrsg.), Rundfunkpolitische Kontroversen, Frankfurt/M., Köln 1976, 271-285, v.a. 274-276; F.- W.v.Sell, Wirtschaftswerbung in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und in den Neuen Medien, in: ARD-Jahrbuch 1984, Hamburg 1984, 88-92, 91; zu den Schwierigkeiten die Höhe der Werbeerträge festzustellen vgl. H.-H.Herbers, Wirtschaftliche Grundlagen, 83-85.
- 75 M.Rühl, Die Rundfunkgebühr - ein wohlfahrtsstaatlicher Preis. Versuch einer begrifflichen und problemorientierten Bestandsaufnahme sowie Hinweise auf Entwicklungsmöglichkeiten einer Gebührenpolitik, in: MP (1984), 589-605, 590.
- 76 J.Rölz, Das Werberahmenprogramm - Kommerzieller Rahmen oder Rahmen für Kommerzielles?, in: M.Kötterheinrich u.a. (Hrsg.), Kontroversen, 220-230, 226.
- 77 Siehe Kap. 6 und Kap. 8.
- 78 H.-H.Herbers, Wirtschaftliche Grundlagen, 88.

- 79 So z.B. ebd. oder H.Schneider, Fernsehen und Werbung gehören zusammen, in: A.-L. Heygster/E.Maseberg (Hrsg.), Werbung im Fernsehen, Mainz 1975 (Mainzer Tage der Fernseh-Kritik Bd. VIII), 19-23, 21f.

ANMERKUNGEN

Kap.7: Vergleichende Bewertung des privatwirtschaftlichen und öffentlich-rechtlichen Mediensystems und Plädoyer für ein gemischtes Mediensystem als Konsequenz

- 1 Bei der Programmkritik in der Presse ist natürlich zu fragen, inwieweit sich hier die Position der Rezipienten widerspiegelt. Diese Frage stellt sich verschärft nach einem Engagement der Presseverlage im privatwirtschaftlichen Rundfunk, das die Gefahr eines interessengebundenen Einsatzes von Programmzeitschriften zugunsten der eigenen Programme als nicht ganz unbegründet erscheinen läßt.
- 2 Außerhalb der Zeit des Werbefernsehens.
- 3 U.Saxer, Funktionen der Massenmedien, 23.
- 4 Nach der Entscheidung für die Teilnahme am öffentlich-rechtlichen Rundfunksystem hat der Rezipient keine ökonomischen, sondern nur noch publizistische Entscheidungen zu treffen.
- 5 Über seine verschiedenen Rollen ist der einzelne in der Regel mehreren gesellschaftlichen Gruppen zugehörig.
- 6 U.Saxer, Funktionen der Massenmedien, 24.
- 7 Diese "Machtumwandlung" funktioniert natürlich auch ohne den "Umweg" über die Publizistik, der aber zur Gewinnung von legitimierender Zustimmung notwendig ist.
- 8 U.Saxer, Funktionen der Massenmedien, 24.
- 9 Von den Kosten her wäre die Bedingung wohl auch bei Lokalradios erfüllt, aber der Frequenzmangel verhindert dort eine spontane Nutzung und erfordert eine gesellschaftliche Regelung.
- 10 Vgl. P.Glotz, Die Sicherung der Kommunikationsfreiheit unter dem Druck technischer Innovation. Alternative Organisationsformen der Telekommunikation in der Bundesrepublik Deutschland, in: E.Schreiber/W.R.Langenbucher/W.Hömborg (Hrsg.), Kommunikation im Wandel der Gesellschaft. Otto P. Roegel zum 60.Geburtstag, Düsseldorf 1980, 255-267, 259.
- 11 Es ist beispielsweise auch bei verbandsinternen Öffentlichkeiten wichtig, alle Positionen in der Verbandszeitung zu Wort kommen zu lassen und der Kritik der Basis an der Leitung Raum zu geben, statt die Kommunikation von oben zu steuern.
- 12 P.Glotz, Kommunikationsfreiheit, 260.
- 13 Vgl. die gegenwärtige Diskussion um die Werbezeiten der öffentlich-rechtlichen Anstalten: wieviel dürfen sie höchstens haben, damit private Sender existieren können? Wie-

viel müssen sie mindestens haben, damit ihr Bestand und ihre Funktion garantiert ist und sie nicht zu einem Mauerblümchen oder Feigenblatt degenerieren? Vgl. dazu auch das folgende Kapitel.

- 14 Vgl. W.Lieb, Kommunikationsspezifische Aspekte einer dualen Medienstruktur, in: RuF 28 (1980), 210-223.
- 15 Vgl. H.Sturm, Emotionale Wirkungen - das Medienspezifische von Hörfunk und Fernsehen, in: Fernsehen und Bildung 12 (1978), 158-168.
- 16 Zur stärkeren Wirkkraft des Fernsehens in Richtung auf Einstellungsbeeinflussung vgl. R.Geißler, Wandel durch Massenmedien. Die Verstärker-Doktrin neu durchdacht, in: Communications 7 (1981), 169-185, 181, oder ders., Welchen Einfluß haben Massenmedien auf politisches Bewußtsein und politisches Handeln?, in: B.Claußen/K.Wasmund (Hrsg.), Handbuch der politischen Sozialisation, Braunschweig 1982, 84-103, 93.
- 17 Sofern Bildschirmtext überhaupt der Massenkommunikation zuzurechnen ist.
- 18 Die Formulierung ist natürlich entsprechend der vom "öffentlich-rechtlichen Monopol" im Rundfunkbereich gewählt und annähernd so unzutreffend wie diese. Allerdings gibt es - im Gegensatz zum öffentlich-rechtlichen "Monopol" - Monopolstellungen von Zeitungen in vielen lokalen Kommunikationsräumen tatsächlich.
- 19 Vgl. U.Saxer, Funktionen der Massenmedien, 23.
- 20 B.Jünemann, Meinungsfreiheit, 176; ebenso U.Scheuner, Das Grundrecht der Rundfunkfreiheit, Berlin 1982, 73-76.
- 21 Eingeschränkte Mündigkeit kommt sicherlich Kindern und Behinderten zu, ohne daß sie von vornherein als völlig unmündig anzusehen wären. Ihr Status bedürfte einer eigenen Reflexion.
- 22 Schließlich ist die Vermeidung der Versuchung auch kein Zeichen einer sittlich ungefestigten Persönlichkeit, um in analoger Weise auf einen klassischen Topos der Moralthologie anzuspielen.
- 23 Vgl. P.Glotz, Kommunikationsfreiheit, 264.

ANMERKUNGEN

Kap. 8: Veränderungen der Ordnung der Massenkommunikation
als Folge neuer Kommunikationstechniken

- 1 Der Begriff "Neue Medien" bedürfte an sich der Anführungszeichen, da er ein ganzes, nur schwer abzugrenzendes Konglomerat von Techniken bezeichnet, bei denen, wie im folgenden ausgeführt, Neuheit nur teilweise gegeben ist. Da sich der Begriff aber mittlerweile eingebürgert hat und aus Gründen der Vereinfachung des Lesens und des Schreibens, verzichte ich im weiteren Text auf die Anführungszeichen.
- 2 F.Ronneberger, Neue Medien. Ihre Vorteile und Risiken für die Struktur der demokratischen Gesellschaft und den Zusammenhalt der sozialen Gruppen. Eine Literaturstudie, Konstanz 1982, 17.
- 3 Als Einstieg in eine weiterführende Lektüre sei hingewiesen auf die ausführliche Darstellung von D.Ratzke, Handbuch der Neuen Medien. Information und Kommunikation, Fernsehen und Hörfunk, Presse und Audiovision. Heute und morgen, Stuttgart 1982.
- 4 "Breitbandigkeit" bezeichnet die für die Übertragung bewegter Bilder mit ihren großen Informationsmengen notwendigen breiten Frequenzbänder.
- 5 R.Süverkrübbe/S.Dinsel, Die Kapazitätssituation beim Kabelfernsehen, in: MP (1983), 546-550, 546.
- 6 Ebd., 547.
- 7 M.Schmidbauer, Kabelfernsehen in der Bundesrepublik Deutschland : Die Interessen von Wirtschaft, Politik und Publikum, München 1982, 22f.
- 8 Siehe Abs. 8.2.1; vgl. Bundesrechnungshof, Bericht zur Wirtschaftlichkeit öffentlicher Breitbandverteilnetze, Juni 1984, Akz.III 6 - 01 3 001/84, 29-108.
- 9 Vgl. Bangemachen gilt nicht!? Eindrücke von der Euromedia 1984, in: MP 1984, 457-459, 458.
- 10 B.Brecht, Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. Rede über die Funktion des Rundfunks (1932), in: ders., Schriften zur Literatur und Kunst I. 1920-1932, Frankfurt/M. 1967, 132-140, 134; die Verwirklichung dieser Forderung ist allerdings weniger ein technisches Problem als eine Frage der Ordnung der Massenkommunikation und der Gesellschaft (vgl. ebd. 140). Es ist im Gegenteil eher zu befürchten, daß die Veränderung der Medienstrukturen im Zusammenhang mit den neuen Techniken noch weiter von diesem Ziel wegführt.

- 11 Aufgrund von Einschränkungen auf der Teilnehmerseite können noch für längere Zeit nur zwölf Kanäle genutzt werden. Viele Teilnehmer können gar nur sechs Programme empfangen.
- 12 Zu den Kapazitätsangaben vgl. R.Süverkrübbe/S.Dinsel, Kapazitätssituation.
- 13 S.u. Abs. 8.1.3.
- 14 Fernsehprogramme gegen Bezahlung.
- 15 Vgl. F.Müller-Römer, Fernmeldesatelliten. Zuführung von Rundfunkprogrammen zu Kabelinseln mittels Fernmeldesatelliten, in: MP (1985), 539-547, 544.
- 16 H.Mahner, Die technische Nutzung von Nachrichtensatelliten und ihre Grenzen, in: W.Kaiser/U.Lohmar (Hrsg.), Kommunikation über Satelliten, Berlin, Heidelberg, New York 1981, 34-44, 39.
- 17 Vgl. P.Müller, Ungehemmte Marktwirtschaft. Politik der Deregulation: Satellitenkommunikation (Intelsat), in: Medium 15 (1985) H.6, 12-16.
- 18 Vgl. J.D.Büchs, Fernsehdirekttempfang über Satelliten, in: W.Kaiser/U.Lohmar (Hrsg.), Satelliten, 47-60.
- 19 Vgl. D.Ratzke, Handbuch, 150.
- 20 Vgl. R.Thiele, Rundfunkversorgung durch Satelliten, in: MP (1984) 729-742, 731.
- 21 Zum Empfang von Satelliten auf anderen Orbitpositionen müssen die Antennen nachgeführt werden, andere Frequenzbereiche erfordern eine größere Empfängerbandbreite; auch anders polarisierte Rundfunksignale und andere Fernsehnormen bereiten Schwierigkeiten.
- 22 M.Schmidbauer, Satellitenfernsehen für die Bundesrepublik Deutschland. Bedingungen und Möglichkeiten des Direktfernsehens via Satellit, Berlin 1983, 96f; im Original Hervorhebungen.
- 23 Da in ihren Empfangsbereichen sich überlappende Sender eines Programms nicht auf gleicher Frequenz senden können, wird für die Ausstrahlung eines einzigen terrestrischen Programms eine Vielzahl von Frequenzen "verbraucht". Deshalb können auch auf terrestrischem Weg nicht mehr als drei bis höchstens vier Vollprogramme ausgestrahlt werden. Vgl. H.Roigas, Die Frequenzsituation bei Hörfunk und Fernsehen. Neuere Entwicklungen, in: MP (1983), 551-555, v.a. 553.
- 24 Vgl. M.Schmidbauer, Satellitenfernsehen, 17.
- 25 So lange die DDR ihre Satellitenkanäle nicht nutzt, dürfte eine Versorgung mit Empfangsantennen nicht gegeben sein. Wenn auch die DDR Satellitenfernsehen einsetzt, so sendet sie aus einer anderen Orbitposition und im anderen Fre-

quenzsektor, so daß ein Empfang beider Satelliten nur bei technisch sehr hohem Aufwand möglich ist.

- 26 Ebd., 47; im Original Hervorhebungen.
- 27 R.Groß, Zum Stand der Diskussion über den Satellitenrundfunk, in: MP (1984), 45-50, 45.
- 28 Ebd., 48.
- 29 So z.B. R.Thiele, Rundfunkversorgung, 740f.
- 30 Genannt werden Kosten für Einzelempfangsanlagen von mindestens 500.- DM (vgl. ebd., 741) über 2000 - 2500 (vgl. E.Witte, Neue Fernsehnetze im Medienmarkt. Die Amortisationsfähigkeit von Breitbandverteilssystemen. Heidelberg 1984, 35) bis zu ungefähr 10 000 DM (F.Senger auf der Euromedia 1984; vgl. Bangemachen, 457f).
- 31 Zur Leistungsfähigkeit und den Grenzen elektronischer Textübertragung vgl. Cl. Mast, Zwischen Knopf und Kabel. Informationstechnik für Wirtschaft und Feierabend, Zürich 1983, v.a. 81-86.
- 32 K. Schrape, Ökonomische Perspektiven der Medienentwicklung. Über die Endlichkeit der Nachfragepotentiale für Kabelkommunikation, in: MP (1983), 533-545, 533.
- 33 Vgl. Bundesrechnungshof, Wirtschaftlichkeit, 29-94, insbesondere die Sensitivitätsanalyse für die meisten dieser Faktoren, 51.
- 34 Nach H.Lenhardt, Teuere Neue Medien. Schwierigkeiten - Irrtümer - Chancen. Salzburg 1983, 47; dort auch weitere Belege. Vgl. auch Bundesrechnungshof, Wirtschaftlichkeit, 54-66 und Bayerischer Rundfunk, Technische Direktion, Kabelrundfunk, München 1983, 20-22.
- 35 So die Kalkulation des Bundespostministeriums; vgl. Bundesrechnungshof, Wirtschaftlichkeit, 37.
- 36 Annahme von H.Lenhardt, Teuere Neue Medien, 43-45; E.Witte, Fernsehnetze, 40, rechnet allerdings mit 60%.
- 37 Vgl. H.Lenhardt, Teuere Neue Medien, 81; der Bundesrechnungshof kommt bei verlängerter Amortisationszeit und einer Anschlußgebühr von 500 DM auf eine monatliche Gebühr von 15,50 DM; Bundesrechnungshof, Wirtschaftlichkeit, Anl.9.
- 38 Ähnliche Überlegungen treffen auch für direktstrahlende Satelliten zu, bei denen zwar die absoluten Kosten höher sind, aber auch die Zahl der erreichbaren Haushalte größer sein wird. Angaben über die absoluten Kosten bei F.Müller-Römer, Fernmeldesatelliten, 543f.
- 39 H.Lenhardt, Teuere Neue Medien, 62f.
- 40 Ebd., 63f; E.Witte errechnet einen Mindestbetrag von 2,25 Millionen DM, allerdings unter Vernachlässigung von Gebäudekosten. Er führt aber auch Beträge von 3-5 Millionen an, die von Verlagen und anderen Medienbetrieben erwartet

werden und von 10 Millionen, die die öffentlich-rechtlichen Anstalten dafür veranschlagen. Vgl. E.Witte, Fernsehnetze, 39.

41 E.Witte, Fernsehnetze, 40.

42 Siehe Abs.8.3.2.2.

43 Vgl. das fünfte Hauptgutachten der Monopolkommission, Ökonomische Kriterien für die Rechtsanwendung. Hauptgutachten 1982/1983, Baden-Baden 1984, 184.

44 S.u. Abs. 8.4.2.

45 "Auflagenabhängig" sind insbesondere Urheber- und Filmrechte.

46 Vgl. H. Lenhardt, Teuere Neue Medien, 78.

47 Vgl. E.Halefeldt, Regionaler Einstieg ins bundesweite Fernsehen? Private Rundfunkveranstalter in der Bundesrepublik, in: MP (1984), 33-44, 42.

48 Vgl. H.Blüthmann, Sinnlos schon vor dem Start. Die Kabelpilotprojekte werden viel zu spät durchgeführt, in: Die Zeit 40 (1985), Nr. 1 vom 28.12.1984,11.

49 E.Witte, Fernsehnetze, 13.

50 An dieser Stelle kann kein Qualitätsmaßstab entwickelt werden. Qualität kann andeutungsweise heißen: Berichte eigener Korrespondenten statt nur Agenturmateriale oder neuere Spielfilme oder geringer Wiederholungsanteil; siehe auch die Ausführungen zu "Vielfalt", Abs. 8.3.3.

51 Selbstverständlich soll damit die Bedeutung des "human factor", die Bedeutung von Kreativität, Engagement etc., nicht abgestritten werden. Aber abgesehen davon, daß auch menschliche Fähigkeiten u.U. gut honoriert werden müssen, spielen auch dann die materiellen Möglichkeiten eine große Rolle.

52 Vgl. dazu U.Pätzold/H.Röper, Infrastrukturprobleme privater Fernsehprogramme, in: RuF 32 (1984), 193-205.

53 Ein Programm mit einem Jahresetat von 200 Millionen DM, das an 5 Millionen Teilnehmerhaushalte verteilt wird, kostet pro Haushalt und Monat nur etwa 3,30 DM.

54 W.Müller, Die Ökonomik des Fernsehens. Eine wettbewerbspolitische Analyse unter besonderer Berücksichtigung unterschiedlicher Organisationsformen, Göttingen 1979, 507, mit Verweis auf die Definition von P.A.Samuelson, The Pure Theory of Public Expenditure, in: The Review of Economics and Statistics 96 (1954), 387-389.

55 W. Müller, Ökonomik, 505.

- 56 Ebd., 513.
- 57 Eine ausführlichere Diskussion des recht unklaren Charakters der Rundfunkgebühr bei: M.Rühl, Rundfunkgebühr, 589-605. Vgl. auch das "Mehrwertsteuer-Urteil": BVerfGE 31, 314-357.
- 58 Die Frage, ob von Werbung eine preiserhöhende Wirkung ausgeht, ist nicht eindeutig zu beantworten. Für eine solche Wirkung spricht, daß die Werbekosten langfristig durch die Erlöse mitgedeckt werden müssen, der Preiswettbewerb durch Wettbewerb ersetzt wird und die möglicherweise ausgelösten Konzentrationsprozesse ebenfalls zu höheren Preisen führen. Dagegen wird umgekehrt auf die preissenkende Wirkung der Werbung aufgrund von Umsatzsteigerungen und dadurch sinkenden Stückkosten der Produktion und Distribution hingewiesen. Dazu muß man allerdings unterstellen, daß (a) diese Umsatzsteigerung einzelwirtschaftlich gesehen tatsächlich zu geringeren Stückkosten führt, was nicht unter allen Bedingungen der Fall ist, (b) dieser Effekt die Kosten für die Werbung übertrifft und (c) durch Werbung nicht lediglich Umsatzverlagerungen zwischen Betrieben oder ganzen Branchen herbeigeführt werden, sondern gesamtwirtschaftliches Wachstum ausgelöst wird. Resümierend stellen K.G.Grunert/E.Stupening fest: "Sind die spärlichen empirischen Ergebnisse auch nicht durchgehend schlüssig, so wird man insgesamt wohl davon ausgehen können, daß Werbung insgesamt preiserhöhend wirkt, nicht zuletzt wegen der Zweifelhaftheit des Stückkostensenkungsarguments." G.Grunert/E.Stupening, Werbung - ihre gesellschaftliche und ökonomische Problematik, Frankfurt, New York 1981, 132; zum vorhergehenden vgl. 127-137.
- 59 B.Wieland, Programmvielfalt auf einem liberalisierten deutschen Fernsehmarkt?, in: EKM II, 217-246, 224.
- 60 Vgl. M.Rühl, Rundfunkgebühr, 599f.
- 61 B.Wieland, Programmvielfalt, 223.
- 62 W.Müller hält den Zuschauereinfluß aber für größer als in einem werbefinanzierten System; vgl. W.Müller, Ökonomik, 65.
- 63 Siehe dazu Abs. 5.4.2 und 6.5.2.2 und 8.3.2.1.
- 64 Zu den Erfahrungen in den USA vgl. W.Hoffmann-Riem, Kommerzielles Fernsehen. Rundfunkfreiheit zwischen ökonomischer Nutzung und staatlicher Regelungsverantwortung: das Beispiel USA, Baden-Baden 1981, 263.
- 65 Vgl. die Arbeit der "Michel-Kommission".
- 66 E.Witte/J.Senn, Zeitungen im Medienmarkt der Zukunft. Eine betriebswirtschaftliche Untersuchung, Stuttgart 1984, 45.
- 67 Siehe Abs. 8.3.2.2.

- 68 M.-L.Kiefer, Fernsehen im Überfluß? Die Werbewirtschaft zeigt sich reserviert, in: MP (1985), 94-98, 94.
- 69 Vgl. H.Röper, Formationen deutscher Medien-Multis, in: MP (1985), 120-130.
- 70 Vgl. W.A.Meier, Pay-TV in Kanada: Große Kluft zwischen Anspruch und Wirklichkeit, in: MP (1984), 528-535.
- 71 Bestrebungen zur Einführung privaten Rundfunks gibt es in der Bundesrepublik bereits seit den 50er Jahren. Sie wurden insbesondere von den Verlegern und den Unionsparteien vorangetrieben. Einen Überblick über "Initiativen für einen privaten Rundfunk" geben H.Montag, Rundfunk, 76-230 und H.v.Gottberg, Initiativen zur Errichtung kommerziellen Rundfunks unter besonderer Berücksichtigung des exemplarischen Charakters der Gründung der ITA für die einzelnen Initiativen in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin 1979, 177-447.
- 72 W.Lieb, Duale Medienstruktur, 210.
- 73 Vgl. W.Hoffmann-Riem, Kommerzielles Fernsehen; ders., Tendenzen der Kommerzialisierung im Rundfunksystem, in: RuF 32 (1984), 32-50, 42-44; H.Kleinstaub, Fernsehen und Geschäft. Kommerzielles Fernsehen in den USA und Großbritannien. Lehren für die Bundesrepublik, Hamburg 1973; W.A.Meier, Pay-TV in Kanada; Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung (Hrsg.): Kommerzielles Fernsehen in der Medienkonkurrenz, v.a. Bd.I: W.A.Mahle, Großbritannien und Bd.IV: K.Winckler, USA. Analyse eines Unterhaltungsoligopols, Berlin 1984.
- 74 B.-P. Lange, Kommerzielle Ziele, 70.
- 75 Vgl. beispielsweise die "Stellungnahme der bayerischen Bischöfe zum Entwurf des Medienerprobungs- und -entwicklungsgesetzes", in: MP (1984), 354-356.
- 76 W.Hoffmann-Riem, Tendenzen, 43.
- 77 Siehe Kap. 6.
- 78 Das läßt auch rein ökonomisch fragen, ob Fernsehwerbung funktional ist im Sinne der Erhaltung einer vielfältigen Marktstruktur bei den beworbenen Produktgruppen, da sie kleine Firmen benachteiligt. Nach E.J.Mestmäcker gehört "Fernsehwerbung zu den wenigen isolierbaren Konzentrationsursachen" (E.J.Mestmäcker, Medienkonzentration, 210). Vgl. auch W.Müller, Ökonomik, 608ff.
- 79 Eine verschärfte Konkurrenz um die Werbekunden wird auch die Abhängigkeit der öffentlich-rechtlichen Anstalten von ihnen erhöhen und Einflußnahmen eine größere Chance geben.
- 80 Vgl. H.J.Kleinstaub, Fernsehen und Geschäft, 66-72.
- 81 W.Müller, Ökonomik, 129.

- 82 Nach F.Ronneberger, Neue Medien, 92.
- 83 P.Düsterfeld, Soziale Kommunikation in einer pluralen Gesellschaft - Warum die Kirche kein "Anbieter" ist, in: Telekommunikation (Hohenheimer Medientage 1984), 25-35, 32.
- 84 Vgl. H.Kleinstaub, Fernsehen und Geschäft, 58; er nennt für Amerika durchschnittlich die zehnfachen Minutenkosten.
- 85 Die für die Bundesrepublik Deutschland vorgesehenen Begrenzungen der Werbezeit privaten Rundfunks verdienen, abgesehen vom sonntäglichen Werbeverbot, sollte es durchgesetzt werden können, diesen Namen nicht. Ein Werbeanteil von 20% kann auch aus Gründen der Verkäuflichkeit des Programms kaum überschritten werden. Die Werbung muß immerhin ab und zu durch Programmblöcke unterbrochen werden.
- 86 Vgl. beispielsweise B.Wieland, Programmvielfalt, 244.
- 87 Vgl. die Überlegungen zur "mindestoptimalen Betriebsgröße" bei W.Müller, Ökonomik, 435-506, v.a. 490.
- 88 Hier droht allerdings Konkurrenz durch Btx.
- 89 S.o. 5.2.1.
- 90 Vgl. E.Witte/J.Senn, Zeitungen, 77-79.
- 91 M.-L.Kiefer, Zeitungssterben vorprogrammiert. Anmerkungen zu einer Untersuchung von Eberhard Witte und Joachim Senn, in: MP (1984), 758-761.
- 92 Vgl. W.Hoffmann-Riem, Kulturelle Identität und Vielfalt im Fernsehen ohne Grenzen? Zur Diskussion um die Sicherung der Vielfalt im internationalisierten Rundfunk, in: MP (1985), 181-190, 183f.
- 93 Vgl. Monopolkommission, Ökonomische Kriterien, 184; als Beispiel mag die zusätzliche Nutzung des Korrespondenten-netzes der Frankfurter Allgemeinen Zeitung für die Nachrichten-sendungen im Rahmen des Verlegerfernsehens SAT 1 dienen.
- 94 M.Lahnstein, Was uns Verleger im Fernsehen bieten können, in: RuF 32 (1984), 289-298, 295, vgl. auch 290f.
- 95 Vgl. das Memorandum des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger vom Oktober 1985; dargestellt beispielsweise in ZV + ZV. Zeitschrift für Medien und Werbung (1985), Nr. 41 vom 10.10., 28.
- 96 Konzerninterne Subventionierung reduziert natürlich die Zugangsmöglichkeit zu diesem Markt noch weiter. Vgl. dazu auch F.Kübler, Medienverflechtung. Eine rechtsvergleichende Untersuchung der Marktstrukturprobleme privaten Rundfunks, Frankfurt/M. 1982, 96 und 21.
- 97 Monopolkommission, Ökonomische Kriterien, 183f.

- 98 W.Hoffmann-Riem, Kulturelle Identität, 183.
- 99 Vgl. F.Kübler, Medienverflechtung, 37 (mit Bezug auf die amerikanische Situation) und 93f.
- 100 Vgl. E.Mohn, Kabel"pilot"projekt Ludwigshafen. Programmliche Vielfalt im außenpluralen Anbietermodell, in: MP (1985), 111-119, 114 und F.Kübler, Medienverflechtung, 36.
- 101 Monopolkommission, Ökonomische Kriterien, 184; ähnlich die Forderung von E.-J.Mestmäcker, Medienkonzentration, 212-218.
- 102 Vgl. F.Kübler, Medienverflechtung, 94 und E.-J. Mestmäcker Medienkonzentration, 216f.
- 103 Vgl. D.Stolte, Der Programmauftrag des Rundfunks, in: Stimmen der Zeit 198.Bd. (1980), 75-88, 86-88; ders., Vielfalt bedeutet nicht Vielfalt, in: L.Franke (Hrsg.), Die Medienzukunft. Dreizehn Beiträge nach der Sendereihe "Heidelberger Studio" des Süddeutschen Rundfunks, Frankfurt/M. 1983, 83-90; B.Wieland, Programmvielfalt.
- 104 Eine Darstellung verschiedener Vielfaltsbegriffe - soweit sie ökonomisch operationabel sind - bei B.Wieland, Programmvielfalt, 220-233.
- 105 Vgl. W.Hoffmann-Riem, Kulturelle Identität, 182.
- 106 Ebd.
- 107 E.Faul, Programmforschung, 276.
- 108 Vgl. B.Wieland, Programmvielfalt, 222 in Anlehnung an J.Rothenberg.
- 109 B.Wieland, Programmvielfalt, 243.
- 110 Es ist natürlich zu berücksichtigen, daß dort, wo der eine kaum noch Verschiedenheit - etwa zwischen zwei Shows - konstatieren würde, ein anderer wesentliche Unterschiede z.B. bezüglich Besetzung und Ausstattung empfinden kann. Andererseits dürfte aber auch unstrittig sein, daß die Verschiedenheit beispielsweise zwischen einer Show und einem politischen Magazin sicherlich - in der Regel - in größerem Maße und in mehrerlei Hinsicht gegeben ist.
- 111 H.J.Kleinsteuber, Fernsehen und Geschäft, 123.
- 112 Eindeutige Belege dazu für die USA ebd., 84-96; vgl. auch K.Winckler, USA, 212 und 218.
- 113 W.Hoffmann-Riem, Tendenzen, 33.
- 114 Vgl. Th.L.MacPhail, Electronic Colonialism. The Future of International Broadcasting and Communication, Beverly Hills 1981; auf das Problem internationaler und interkultureller Kommunikation kann in dieser Arbeit nicht ausführlich eingegangen werden; als Einstieg in das Thema vgl. das Themenheft "Internationale Kommunikationsbeziehungen", Publizistik 29 (1984), H.3-4, 211-574; aus katholischer Sicht: F.-J.Eilers, Zur interkulturellen Kommunika-

tion in kirchlicher Sicht, in: CS 15 (1982), 101-106; P.Roth, Die katholische Kirche und die "Neue Weltinformationsordnung", in: Stimmen der Zeit 202.Bd. (1984), 299-311; M.Schmolke, Christliche Publizistik - Verantwortung für die internationale Kommunikation, in: CS 12 (1979), 1-12; J.Hemels, Zur neuen Kommunikationsordnung: MacBride-Bericht, in: CS 15 (1982), 52-56. Vom Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik veröffentlicht J.Becker (Hrsg.), free flow of information. Informationen zur Neuen Internationalen Informationsordnung, Frankfurt/M. 1979.

- 115 Die Unwirtschaftlichkeit lokaler und wohl auch regionaler Fernsehprogramme - erst recht bei der Verteilung über Kabelnetze - wurde schon dargelegt. Siehe Abs.8.2.2.1.
- 116 W.Hoffmann-Riem, Kommerzielles Fernsehen, 300.
- 117 S.o. Abs. 3.5.
- 118 U.Saxer, Selektives Rezipientenverhalten bei Programm-Mehrangebot, in: EKM II, 103-112, 111f.
- 119 Ebd., 112.
- 120 Daran scheiterte beispielsweise eine Entflechtung bestehender lokaler Medienkonzentration - das "grandfathering" - in den USA. Vgl. E.-J. Mestmäcker, Medienkonzentration, 193 und F.Kübler, Medienverflechtung, 39f.
- 121 Sogar hier stellt sich die Frage, wann eine Programmproduktion als inländisch anzusehen ist. Vgl. den differenzierten kanadischen Definitionskatalog, der zusammenfassend wiedergegeben ist bei A.J.Wiesand, Zum Pro und Contra der Auslandsquotierungen im Rundfunk, in: MP (1985), 191-213, 210.
- 122 Vgl. W.A.Meier, Pay-TV in Kanada, 532-534. H.-P.Schmitz, beklagt in seiner Analyse der Medienaufsicht in den USA deren Unfähigkeit "gesellschaftspolitische gegen ökonomische Anforderungen durchzusetzen" (H.-P.Schmitz, Staatliche Rundfunkaufsicht in kommerziellen Systemen. Chronik der Auseinandersetzung um das Fernseh-Tageszeitungs-Doppeleigentum in den USA, in: MP (1984), 509-520, 518).
- 123 B.Wieland, Programmvietfalt, 242; vgl. auch 240-242.
- 124 Vor dem Dilemma, entweder einen freien Medienmarkt ohne kostentreibende und einnahmebeschränkende Regelungen mit den entsprechenden Konsequenzen und "Auswüchsen" zu schaffen oder aber durch Maßnahmen zur Qualitätssicherung den Markt "abzuwürgen", steht die Medienpolitik auch in der Bundesrepublik Deutschland. Die gegenwärtig bevorzugte Lösung besteht darin, praktisch auf Regelungen zu verzichten und die Qualitäts- und Vielfaltssicherung deklamatorisch zu betreiben, nicht zuletzt mit Blick auf das Bundesverfassungsgericht. Dabei wird nicht erkennbar, wie die Einhaltung von Programmanforderungen überwacht, ein Verstoß nachgewiesen und Verletzungen abgestellt werden können.

Die beinahe unbeschränkte Zulassung von Presseverlagen, selbst in Monopolstellung, zum privaten Rundfunk zeigt deutlich, daß sogar gegen Entwicklungen, die von Befürwortern privaten, außerpluralen Rundfunks (Monopolkommission oder E.-J.Mestmäcker) als verhängnisvoll angesehen werden, nichts unternommen werden kann, denn nur mit den Verlegern ist dieses Ordnungsmodell der Massenkommunikation überhaupt realisierbar (vgl. dazu die Stellungnahme der Bundesregierung zum Fünften Hauptgutachten der Monopolkommission 1982/1983, Bundestagsdrucksache 10/3683 vom 26.7.85, v.a. Nr.18). Dabei wäre es gerade bei der Entstehung eines neuen Marktes besonders wichtig, Fehlentwicklungen vorzubeugen, denn die nachträgliche Korrektur eingetretener Fehlentwicklungen ist unvergleichlich schwieriger. Sie ist fast unmöglich. Vgl. für die USA H.-P.Schmitz, Staatliche Rundfunkaufsicht.

- 125 Weitere Beispiele für das amerikanische System bei W.Hoffmann-Riem, Kommerzielles Fernsehen, 286-289.
- 126 W.Hoffmann-Riem, Tendenzen, 44.
- 127 K.Forster, Zur Verantwortung der Kirche im öffentlich-rechtlichen Mediensystem, in: Erwachsenenbildung 27 (1981), 64-72, 71.
- 128 Vgl. B.Wieland, Programmvvielfalt, 238.
- 129 Hier kann auf Zahlungsverweigerungen in Japan hingewiesen werden; vgl. B.-P. Lange, Kommerzielle Ziele, 72 und Tatsuro Hanada, Kl.Winckler, Japan. Fernsehualismus und Medienkonzentration, Berlin 1984 (Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung (Hrsg.), Kommerzielles Fernsehen in der Medienkonkurrenz, Bd.III), 96-102 und 236.
- 130 Vgl. St.Hearst, Die Schlacht um die BBC-Rundfunkgebühr, in: MP (1985), 360-368.
- 131 B.-P.Lange, Kommerzielle Ziele, 72.
- 132 W.Müller, Ökonomik, 698.
- 133 Ebd., 121; vgl. auch B.Jünemann, Medienfreiheit, 154, der die Veränderung positiv bewertet und W.A.Mahle, Großbritannien, 283, 306f und 311f, mit vorsichtiger und differenzierter Bewertung; er erwartet von einem dualen Rundfunksystem keine Verbesserung, aber unter optimalen, jedoch sehr unwahrscheinlichen Bedingungen auch nicht notwendigerweise eine Verschlechterung des Fernseh-Gesamtangebotes (306f).
- 134 Es könnte durchaus sein, daß die privaten Anbieter den Wettbewerb verlieren, wenn die öffentlich-rechtlichen Anstalten, die ja doch noch einen erheblichen publizistischen, infrastrukturellen und finanziellen Vorsprung haben, sich auf Wettbewerbsverhalten einlassen. Das Ergebnis, das sich einstellt, wird wesentlich von politischen Einwirkungen auf die Rahmenbedingungen des Wettbewerbs zugunsten des einen oder anderen Systems abhängen. Aufgrund

dieses labilen Gleichgewichts reagiert vermutlich ein duales Rundfunksystem wesentlich empfindlicher auf staatliche Eingriffe. Die jeweilige Markt- und Wettbewerbssituation zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Anstalten, der Erfolg und die wirtschaftliche Lage der einen oder anderen Seite ist wohl sehr viel weniger von der Qualität der publizistischen Leistung und der Wirtschaftsführung, sondern primär von staatlichen Vorgaben bestimmt. Insbesondere die Wirtschaftlichkeit privaten Rundfunks kann von relativ geringfügig erscheinenden medienpolitischen Entscheidungen in Frage gestellt oder erheblich verbessert werden, wobei sich eine mögliche Intention, die Inhalte der öffentlichen Kommunikation zu beeinflussen, kaum jeweils nachweisen ließe. Stichhaltige Gründe für solche Maßnahmen, z.B. Regelungen der Werbezeiten, werden sich immer finden lassen. Sie können allerdings auch als Druckmittel verwendet werden, um Wohlverhalten zu erzwingen.

- 135 M.Stock, Zur Theorie des Koordinationsrundfunks, Baden-Baden 1981, 109.
- 136 Damit ist die publizistische Gewaltenteilung zwischen Presse und Rundfunk und damit zugleich zwischen den unterschiedlichen Ordnungsmodellen angesprochen. Siehe Kap.7.
- 137 J.Delbrück, Direkter Satellitenrundfunk und nationaler Regelungsvorbehalt. Umfang und Grenzen des transnationalen freien Informationsflusses nach Völkerrecht, dem Recht der Europäischen Gemeinschaften und dem Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland. Zusammenfassung der Ergebnisse, in: MP (1981), 668-673, 669.
- 138 Ähnliche Probleme stellen sich angesichts der internationalen Verflechtung und des internationalen Wettbewerbs auch für andere Gesellschaftsbereiche, besonders für die Wirtschaftsordnung.
- 139 Wenn hier einige Nutzungsmöglichkeiten der Neuen Medien aufgezeigt werden, so stellt das noch kein Plädoyer für ihren tatsächlichen Einsatz dar, denn dazu müßten alle absehbaren positiven wie negativen Folgen auch außerhalb des Bereichs der Massenkommunikation abgewogen werden (z.B. mögliche negative Auswirkungen einer Programmvermehrung auf die direkte personale Kommunikation durch erhöhten Fernsehkonsum oder Auswirkungen der neuen Kommunikationstechniken auf die Arbeitsplätze), was im Rahmen dieser Arbeit nicht geschehen kann.
- 140 Zum Hörfunk vgl. H.Decker, Postindustrielle Gesellschaft, 353-360.
- 141 Vgl. den entsprechenden Vorschlag zum Hörfunk ebd., 356.
- 142 Vgl. die Studie der EKD: Die neuen Informations- und Kommunikationstechniken. Chancen, Gefahren, Aufgaben verantwortlicher Gestaltung. Eine Studie der Kammer der Evangelischen Kirche in Deutschland für soziale Ordnung und

der Kammer der Evangelischen Kirche in Deutschland für publizistische Arbeit. Hrsg. vom Kirchenamt im Auftrag des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland, Gütersloh 1985, Art.150.

- 143 Vgl. Abs. 8.3.3.
- 144 Überlegungen zur möglichen Struktur eines "Bildungsfernsehens", in: H.Decker u.a., Postindustrielle Gesellschaft, 365f.
- 145 H.Oberreuter, Pluralistische Gesellschaft, 38; eine Zusammenfassung der Defizite bei W.Teichert, Die Region als publizistische Aufgabe. Ursachen - Fallstudien - Befunde, Hamburg 1982, 24-27; siehe auch Abs. 5.3.2.2.
- 146 Abgesehen von Medien wie Amtsblättern, Kirchenblättern etc.
- 147 Mit gutem Grund kann man allerdings nach der Berechtigung fragen, mit der Lokalradios in einem Kapitel, das sich mit neuen Kommunikationstechniken befaßt, behandelt werden. Nun ist das Lokalradio zum einen ein Medium, das es bisher so nicht gab, zum anderen gehört es in den Kontext der durch die Neuen Medien ausgelösten Diskussion um eine Veränderung der Kommunikationsordnung. Die neuen lokalen/regionalen Radios sind wahrscheinlich die wirtschaftlich interessantesten und begehrtesten Objekte einer privatwirtschaftlichen Rundfunkordnung.
- 148 Videogruppen in verschiedenen Städten zeigen allerdings, daß auch hier mit viel Einsatz eine Programmgestaltung durch Amateure möglich ist.
- 149 Siehe Abs. 5.4.
- 150 H.Decker u.a., Postindustrielle Gesellschaft, 366f.
- 151 Vgl. H.H.Fabris, Medienjournalismus und Bürgerkommunikation. Tendenzen und Alternativen der journalistischen Arbeit, in: RuF 29 (1981), 200-210; Cl. Eurich (Hrsg.), Lokales Bürgerfernsehen und die Erforschung seiner Wirkungen, München 1980.
- 152 Vgl. Chr. Busch/Freundeskreis Freie Radios Münster, Was sie schon immer über freie Radios wissen wollten, aber nie zu fragen wagten, Münster 1981, v.a. 70-97.
- 153 Vgl. Fernsehen in Deutschland IV, Offener Kanal: Eröffnung der Diskussion. Zusammengestellt von Chr.Longolius, Hamburg 1980.
- 154 Vgl. die Aufzählung beteiligter Gruppen an einem schwedischen Nah-Radio bei M.Klemann, Mit Phantasie das Kabel kapern. Wie alternativ sind die neuen Medien?, Frankfurt/M. 1984, 77f.
- 155 Vgl. H.H.Fabris, Medienjournalismus.
- 156 M.Klemann, Phantasie, 95; vgl. auch Expertengruppe Offener Kanal, Erläuterungen zu den Regeln für den offenen Kanal, in: Fernsehen in Deutschland IV, 28-39, v.a. 33-36.

- 157 Vgl. J.Stappers, Kabelfernsehen in den Niederlanden, in: U.Paetzold (Hrsg.), Kabel-Kommunikation. Organisation und Programme, München 1978, 68-78, 78.
- 158 Vgl. D.Wolz, Die Presse und die lokalen Mächte, Düsseldorf 1979.
- 159 Vgl. Expertengruppe Offener Kanal, Erläuterungen, 36-38.
- 160 Aber sie ist wohl verfassungsrechtlich bedenklich.
- 161 Zu den Finanzierungsmöglichkeiten lokaler Medien vgl. S.Heimeran, Der Einsatz neuer Telekommunikationssysteme. Ein Handbuch für kommunale Entscheidungsträger, München 1980, 189-195.
- 162 Konkretere Überlegungen, theoretische Reflexionen und praktische Erfahrungen finden sich in Cl.Eurich (Hrsg.), Lokales Bürgerfernsehen; W.R.Langenbacher (Hrsg.), Lokalkommunikation und bei H.H.Fabris, Bürgernahe Medienarbeit und Chr.Hategan, Strukturplan eines Stadtkanals. Modell für ein neues Medium. Eine Dokumentation, in: Medium 14 (1984) H.7 + 8, 40-44.
- 163 Vgl. W.Hömborg, Zur Rolle der Medien auf dem Lande, in: W.R.Langenbacher (Hrsg.), Lokalkommunikation, 164-177, 165.
- 164 O.Jarren, Publizistisch unterversorgt. Kommunikation und Medien auf dem Lande, in: Medium 15 (1985) H. 4+5, 5-12
- 165 Ebd., 7.
- 166 Zu den Vereinen vgl. ebd., 8f.
- 167 Ebd., 9.
- 168 Vgl. P.E.Dorsch, Zur Lage der lokalen Pressemedien unterhalb der traditionellen Lokalzeitung, in: Kommunikationspolitische und kommunikationswissenschaftliche Forschungsprojekte der Bundesregierung (1974-1978). Eine Übersicht über wichtige Ergebnisse, Bonn 1978, 167-177, 171f.
- 169 O.Jarren, Publizistisch unterversorgt, 10; vgl. auch W.Hömborg, Medien auf dem Lande, 174.
- 170 Vgl. Bundesrechnungshof, Wirtschaftlichkeit, vor allem 67-72 und 102-104.
- 171 Siehe Abs. 8.3.5.
- 172 Siehe Abs. 5.6.
- 173 Vgl. die "Saarland-Entscheidung" BVerfGE 57, 295-335, 324.

ANMERKUNGEN

Kap. 9: Kirchliche Medienpolitik angesichts der Neuen Medien

- 1 Siehe Abs. 2.3.2 und 2.3.3.
- 2 Abgedruckt beispielsweise in: Die Neuen Medien - Informationen, Fragen und Anregungen im Blick auf den Menschen und die Gesellschaft. Materialien zur Medienpolitik 4. Hrsg. von der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 1982, 30-36.
- 3 Abgedruckt beispielsweise in: CS 16 (1983) 384-397.
- 4 Beispielsweise in: FK 32 (1984) Nr. 43 vom 26.10. D1-D6.
- 5 Publizistische Kommission, Stellungnahme, 31.
- 6 Unter Berufung auf Aussagen der Fuldaer Bischofskonferenz zur Rundfunkgesetzgebung; wiedergegeben u.a. in H.Glässgen, Kirche und Rundfunk, 311f.
- 7 Unter Berufung auf die Verlautbarung der Deutschen Bischöfe zum Entwurf des Bundesrundfunkgesetzes (1959); wiedergegeben u.a. H.Glässgen, 321f.
- 8 Publizistische Kommission, Stellungnahme, 32.
- 9 Ebd.
- 10 Diese stehen bisher nur de facto den Kirchen und - eng limitiert - den Parteien im Wahlkampf zur Verfügung.
- 11 Ebd., 34.
- 12 Ebd., 35.
- 13 Ebd., 36.
- 14 Hier ist v.a. H.Boventer zu nennen; vgl. ders., Stolpersteine auf dem Weg zu einem katholischen Hörfunk. Mangel an Freiheitswillen und unternehmerischem Geist, in: FK 33 (1985), Nr. 26 v. 28.6., 4-6 und ders., Rundfunkfreiheit.
- 15 Siehe Anm. 8.
- 16 Vgl. Publizistische Kommission, Stellungnahme, 31.
- 17 vgl. beispielsweise die Stellungnahme der bayerischen Bischöfe zum Entwurf des Medienerprobungs- und -entwicklungsgesetzes, u.a. in: MP (1984), 354-356.
- 18 Ansätze und Leitlinien, 389.
- 19 Ebd.
- 20 Ebd., 390.
- 21 Ebd.

- 22 Ebd., 391.
- 23 Ebd., 391ff.
- 24 Ebd., 392.
- 25 Ebd., 393.
- 26 Ebd.
- 27 Ebd.
- 28 Ebd., 396.
- 29 Ebd.
- 30 Ebd., 397.
- 31 So - mit bedauerndem Unterton - H.G. K., Medienpolitik:
Überlegt es sich die Kirche anders?, in: HK 37 (1983), 442-444.
- 32 Grundpositionen, D1.
- 33 Ebd.; vgl. Publizistische Kommission, Stellungnahme, 35f.
- 34 Bundesverfassungsgericht.
- 35 Grundpositionen, D3; die Bedingungen des Bundesverfassungsgerichts werden zuvor zustimmend zitiert.
- 36 Ebd.
- 37 Ebd., D4.
- 38 Ebd.
- 39 Ebd.
- 40 Ebd., D6.
- 41 Das führt letztlich zum satirereifen Ergebnis, daß sowohl eine außenplurale wie eine binnenplurale Struktur möglich ist, es aber möglich ist, daß die außenplurale nicht möglich ist; vgl. Anm. 31.
- 42 Ebd., D4; Hervorhebung B.J.
- 43 Siehe Kap. 8.
- 44 Siehe Abs. 5.4.2 und 8.3.2.1.
- 45 Beispielsweise in: MP (1984), 571-573.
- 46 Die neuen Informations- und Kommunikationstechniken. Chancen, Gefahren, Aufgaben verantwortlicher Gestaltung. Eine Studie der Kammer der Evangelischen Kirche in Deutschland für soziale Ordnung und der Kammer der Evangelischen Kirche in Deutschland für publizistische Arbeit. Hrsg. vom Kirchenamt im Auftrag des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland, Gütersloh 1985.
- 47 Vgl. das Vorwort von E.Lohse zur EKD-Studie, Neue Informations- und Kommunikationstechniken, S.9.

- 48 Ebd., 19; diese und die folgenden Ziffern der Studie beziehen sich auf die Artikelnumerierung.
- 49 Ebd., 32.
- 50 Vgl. ebd., 35.
- 51 Ebd., 40.
- 52 Vgl. ebd., 39.
- 53 Vgl. ebd., 163-165.
- 54 Vgl. ebd., 42-48.
- 55 Vgl. ebd., 126.
- 56 Vgl. ebd., 127.
- 57 Vgl. ebd., 132.
- 58 Vgl. ebd., 129.
- 59 Ebd., 133.
- 60 Vgl. ebd., 133f.
- 61 Vgl. ebd., 137.
- 62 Vgl. ebd., 146.
- 63 Vgl. ebd., 147.
- 64 Vgl. ebd., 148.
- 65 Vgl. ebd., 130.
- 66 Ebd., 149.
- 67 Vgl. ebd., 151f.
- 68 Vgl. EKD-Stellungnahme, Ordnung des Rundfunkwesens, 572.
- 69 Vgl. EKD-Studie, Neue Informations- und Kommunikationstechniken, 150.
- 70 Vgl. ebd., 153.
- 71 EKD-Stellungnahme, Ordnung des Rundfunkwesens, 571.
- 72 EKD-Studie, Neue Informations- und Kommunikationstechniken, 193; das entspricht der EKD-Stellungnahme, Ordnung des Rundfunkwesens, 572.
- 73 EKD-Studie, Neue Informations- und Kommunikationstechniken, 198.
- 74 Nicht unmißverständlich deutlich ist in dieser Studie die Ebene festgelegt, innerhalb derer die Pluralität zu sichern ist; die Möglichkeit, daß das erst auf der Ebene des Gesamtangebots geschieht, scheint nicht ausgeschlossen. Vgl. ebd., 151 und 146.
- 75 Ebd., 149; immerhin ist diese Forderung realistischer als die der DBK.

- 76 Vgl. ebd., 132.
- 77 H.-W.Heßler, Medien als eine gesellschaftliche Aufgabe. Grundsätze, Erfahrungen und Erwartungen aus evangelischer Sicht, in: MP (1984), 1-11, 1.
- 78 Ebd., 10.
- 79 Ebd., 2.
- 80 So von evangelischer Seite in Bezug auf Bildschirmtext vorgebracht von M.Trösser, Digitalisierte Verkündigung, recherchiert in Düsseldorf, in: Medium 12 (1982) H.7., 12-20, 13.
- 81 W.Schätzler, Die Kirchen in der Bundesrepublik Deutschland angesichts der Neuen Medien. Die Vorstellungen und Projekte der katholischen Kirche, in: J.Morange u.a., Die Neuen Medien und die Kirchen in der Bundesrepublik Deutschland und in Frankreich, Kehl/a.Rh., Straßburg 1983, 119-133, 120.
- 82 Zur Entwicklung der Massenmedien. Thesen der Kirchen 1983. Hrsg. vom Vorstand des Schweizerischen Evangelischen Kirchenbundes u.a., Freiburg (Schweiz) 1983 (Ökumenische Stellungnahme), beispielsweise wiedergegeben in: HK 37 (1983), 168-174, 173.
- 83 Ebd., 174.
- 84 Vgl. O.Fuchs, Überlegungen zu einer kirchlichen Medienpolitik, in: Stimmen der Zeit 203.Bd. (1985), 111-124, 112-115.
- 85 O.Fuchs, Konkretionen zum Thema "Freiheit" der Verkündigung in der künftigen Mediengesellschaft, in: FK 34 (1986), Nr. 4 vom 24.1., B1 - B10, B6.
- 86 H.Röper, Einstieg in ein neues Radiozeitalter. Privater Hörfunk in der Bundesrepublik Deutschland, in: MP (1985), 521-534, 533.
- 87 O.Fuchs, Konkretionen, B9.
- 88 G.Moser, Beteiligung, 161.

ANMERKUNGEN

Schlußbemerkung

- 1 So der Titel einer Einführung von O.v.Nell-Breuning in die Katholische Soziallehre; O.v.Nell-Breuning, Gerechtigkeit und Freiheit. Grundzüge katholischer Soziallehre, Wien, München, Zürich 1980.
- 2 E.-W. Böckenförde, Freiheitssicherung gegenüber gesellschaftlicher Macht. Aufriß eines Problems, in: ders., Staat, Gesellschaft, Freiheit. Studien zur Staatstheorie und zum Verfassungsrecht, Frankfurt 1976, 336-348, 339.
- 3 Vgl. J.Rawls, Gerechtigkeit, 81.

VERZEICHNIS WICHTIGER KIRCHLICHER TEXTE UND DER LITERATUR

(Ist bei Beiträgen aus einem Sammelband dieser nur verkürzt angeführt, so ist auch das Sammelwerk selbst eigenständig in das Literaturverzeichnis aufgenommen worden. Dort können dann die vollständigen Angaben entnommen werden).

Verzeichnis einiger wichtiger kirchlicher Texte zu Fragen der Massenkommunikation

Katholische Kirche

Pius XII., Enzyklika "Miranda prorsus" vom 8.9.1957, in:
AAS XLIX 765-805.

Vaticanum II, Dekret über die sozialen Kommunikationsmittel
"Inter mirifica", in: K.Rahner/H.Vorgrimler,
Kleines Konzilskompendium. Sämtliche Texte des
Zweiten Vatikanums, Freiburg/Brs. 14.Aufl. 1980,
95-104.

Päpstliche Kommission für die Instrumente der sozialen
Kommunikation, Pastoralinstruktion "Communio et
Progressio" über die Instrumente der sozialen
Kommunikation, veröffentlicht im Auftrag des
II.Vatikanischen Ökumenischen Konzils, Trier 1971.
Trier

Deutsche Bischofskonferenz, Kirchliche Medienarbeit, Bonn
1983 (Arbeitshilfen 20).

Grundpositionen einer kirchlichen Medienpolitik. Von der
Zentralstelle Medien im Auftrag der Publizisti-
schen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz
erarbeitet und von der Vollversammlung der DBK
im September 1984 in Fulda gutgeheißen, in:
FK 32 (1984) Nr. 43, D1 - D6.

Stellungnahme zu medienpolitischen Fragen, Erklärung der
Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofs-
konferenz, Juni 1979, in: Materialien zur Medien-
politik 4, hrsg. von der Zentralstelle Medien der
Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 1982, 30-36.

Die Neuen Medien - Informationen, Fragen und Anregungen im
Blick auf den Menschen und die Gesellschaft,
Stellungnahme der Zentralstelle Medien im Auftrag
der Publizistischen Kommission der Deutschen Bi-
schofskonferenz, August 1982, in: Materialien
zur Medienpolitik 4, Bonn 1982, 9-27.

Stellungnahme der Vollversammlung des Zentralkomitees der Deutschen Katholiken zur medienpolitischen Diskussion (25.10.74), in: Zentralkomitee der Deutschen Katholiken, Berichte und Dokumente 24 (1975), 53-61.

Baden-Württembergische Bischöfe, Ansätze und Leitlinien einer medienpolitischen Position. Anmerkungen zu den Grundsätzen des Entwurfs für ein Gesetz über die Neuen Medien - Landesmediengesetz Baden-Württemberg - in: CS 16 (1983), 384-397.

Stellungnahme der bayerischen Bischöfe zum Entwurf des Medienerprobungs- und -entwicklungsgesetzes, in: MP (1984), 354-356.

Ökumenische Stellungnahmen

Schreiben der Kirchen vom 12. November 1984 an Ministerpräsident Bernhard Vogel zu einem Staatsvertrag der Länder zur Neuordnung des Rundfunkwesens in der Bundesrepublik Deutschland, in: MP (1984), 897-898.

Zur Entwicklung der Massenmedien. Thesen der Kirchen 1983, hrsg. vom Vorstand des Schweizerischen Evangelischen Kirchenbundes u.a., Freiburg/Schweiz 1983; auch in Herder Korrespondenz 37 (1983), 168-174.

Evangelische Stellungnahmen

Die Kirchen und die Medien der Massenkommunikation, Erklärung der Vierten Vollversammlung des Ökumenischen Rates der Kirchen in Uppsala (1968).

Glaubwürdige Kommunikation, Erklärung der Sechsten Vollversammlung des Ökumenischen Rates der Kirchen in Vancouver (1983).

Zur Ordnung des Rundfunkwesens in der Bundesrepublik Deutschland, Stellungnahme des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland, in: MP (1984), 571-573.

Die neuen Informations- und Kommunikationstechniken. Chancen, Gefahren, Aufgaben verantwortlicher Gestaltung. Eine Studie der Kammer der Evangelischen Kirche in Deutschland für soziale Ordnung und der Kammer der Evangelischen Kirche in Deutschland für publizistische Arbeit, hrsg. vom Kirchenamt im Auftrag des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland, Gütersloh 1985.

Literaturverzeichnis

- Albrecht, H., Arbeiter und Symbol. Soziale Homiletik im Zeitalter des Fernsehens, München/Mainz 1982.
- ders., Sprachbarrieren vor dem Bildschirm. Schichtspezifische Hindernisse des Fernsehens am Beispiel der Tagesschau, RuF 20 (1972), 287-305.
- Apel, K.-O., Das Apriori der Kommunikationsgemeinschaft und die Grundlagen der Ethik. Zum Problem einer rationalen Begründung der Ethik im Zeitalter der Wissenschaft, in: ders., Transformation der Philosophie, Bd.II, Frankfurt/M. 1973, 358-435.
- Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung (Hrsg.), Mediennutzung - Medienwirkung, Berlin 1980.
- Arens, E., Kleine Bilanz der bisherigen Peukertrezeption, in: H.-U.v.Brachel/N.Mette (Hrsg.), Kommunikation und Solidarität. Beiträge zur Diskussion des handlungstheoretischen Ansatzes von Helmut Peukert in Theologie und Sozialwissenschaften, Freiburg/Schweiz,Münster 1985, 14-32.
- Aubert, R., Die katholische Kirche und die Revolution, in: H.Jedin (Hrsg.), Handbuch der Kirchengeschichte, Bd.IV/1, Freiburg/Brsg. 1985, 1-99, 5.
- Auer, A., Anthropologische Grundlegung einer Medienethik, in: Handbuch der christlichen Ethik, Bd. III, Wege ethischer Praxis, Freiburg/Brsg. 1982, 535-546.
- ders., Ist Unterhaltung vertane Zeit? Überlegungen zur Unterhaltung in den Massenmedien aus der Sicht einer theologischen Ethik, in: Stimmen der Zeit 198.Bd. (1980), 735-749.
- ders., Umweltethik. Ein theologischer Beitrag zur ökologischen Diskussion, Düsseldorf 1984.
- ders., Verantwortete Vermittlung. Bausteine einer Informationsethik des Rundfunks, in: Stimmen der Zeit 197.Bd. (1979), 15-24.
- ders., Verantwortete Vermittlung. Neue Überlegungen zu einer medialen Ethik, in: Stimmen der Zeit 199.Bd. (1981), 147-160.
- Aufermann, J., Journalistische Objektivität und Programmausgewogenheit, in: G.Bentele/R.Ruoff (Hrsg.), Objektiv, 78-110.
- ders., Politische Medienfunktionen in funktionalistischer Sicht - Exemplarische Darstellung und Kritik, in: W.-D.Narr (Hrsg.), Politik und Ökonomie, 431-451.
- ders., Werbung, Presse und manipulierte Öffentlichkeit, in: ders./H.Bohrmann/R.Sülzer, Gesellschaftliche Kommunikation II, 544-567.

- Aufermann, J./H.Bohrmann/R.Sülzer (Hrsg.), Gesellschaftliche Kommunikation und Information, 2 Bde., Frankfurt/M. 1973.
- ders./B.-P. Lange/A.Zerdick, Pressekonzentration in der BRD: Untersuchungsprobleme, Ursachen und Erscheinungsformen, in: ders./H.Bohrmann/R.Sülzer (Hrsg.), Gesellschaftliche Kommunikation I, Frankfurt/M. 1973, 242-302.
- ders./W.Scharf/O.Schlie (Hrsg.), Fernsehen und Hörfunk für die Demokratie. Ein Handbuch über den Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland, Opladen 1979.
- Augstein, J., Staatsschutz, in: P.Schiwy/W.J.Schütz (Hrsg.), Medienrecht, 187-190.
- Baacke, D., Kommunikation und Kompetenz, München 2.Aufl. 1975.
- Badura, B., Bedürfnisstruktur und politisches System. Macht, Kultur und Kommunikation in "pluralistischen" Gesellschaften, Stuttgart 1972.
- ders., Sprachbarrieren. Zur Soziologie der Kommunikation, Stuttgart-Bad Cannstatt, 2.Aufl. 1973.
- Baerns, B., Redaktionelle Werbung im Wettbewerb von Tageszeitungen. Probleme und Befunde einer Untersuchung zur Trennung von redaktionellem Text und Anzeigen, in: H.-D. Fischer/dies. (Hrsg.), Wettbewerbswidrige Praktiken, 99-123.
- dies., Vielfalt und Vervielfältigung, in: MP (1983), 207-215
- Bahr, H.-E., Verkündigung als Information. Zur öffentlichen Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft, Hamburg 1968.
- Bangemachen gilt nicht!? Eindrücke von der Euromedia 1984, in: MP (1984), 457-459.
- Bauer, G., Kirchliche Rundfunkarbeit 1924-1939, Frankfurt/M. 1966.
- Bauer, Th.A., Medienpädagogik. Einführung und Grundlegung, 3 Bde., Wien, Köln, Graz 1979f.
- Bausch, H., Rundfunkpolitik nach 1945, 2 Bde., München 1980.
- Beck, U., Objektivität und Normativität. Die Theorie-Praxis-Debatte in der modernen deutschen und amerikanischen Soziologie, Reinbek 1974.
- Becker, J., Free flow of information. Informationen zur Neuen Internationalen Informationsordnung. Frankfurt/M. 1979.
- Benedict, H.-J., Vom Trost der christlichen Religion zur Tröstung durch die Massenmedien? in: Theologia Practica 11 (1976), 89-103.

- Bensberger Kreis, Antisozialismus aus Tradition? Memorandum des Bensberger Kreises zum Verhältnis von Christentum und Sozialismus heute, Reinbek, 2. Aufl. 1976.
- Bentele, G., Objektivität in den Massenmedien - Versuch einer historischen und systematischen Begriffsklärung, in: ders./R.Ruoff (Hrsg.), Objektiv, 111-155.
- ders./R.Ruoff (Hrsg.), Wie objektiv sind unsere Medien? Frankfurt/M. 1982.
- Benzinger, J.-P., Lokalpresse und Macht in der Gemeinde. Publizistische Alleinstellung von Tageszeitungen in lokalen Räumen, Nürnberg 1980.
- Berg, K. /M.-L.Kiefer, Massenkommunikation II. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964 bis 1980, Frankfurt/M. 1982.
- Berger, A.E., Die Sturmtruppen der Reformation. Ausgewählte Flugschriften der Jahre 1520-1525. Darmstadt, Neuausgabe 1964 (1.Aufl. 1931).
- Berger, P.L., Auf der Spuren der Engel. Die moderne Gesellschaft und die Wiederentdeckung der Transzendenz, Frankfurt/M. 1975.
- ders./Th.Luckmann, Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie, Frankfurt/M. 1980.
- Bergsdorf, W., Angriff auf die Sprachbarrieren. Neue Kommunikationschancen durch "Neue Medien"?, in: Publizistik 29 (1984), 503-509.
- ders., Legitimität aus der Röhre. Zur Konstruktion von Realität durch das Fernsehen, in: Publizistik 28 (1983), 40-45.
- ders., Politische Aufgaben und Leistungen der Massenmedien, in: Stimmen der Zeit 198.Bd. (1980), 585-596.
- ders., Die 4.Gewalt. Einführung in die politische Massenkommunikation, Mainz 1980.
- Bernstein, B., Studien zur sprachlichen Sozialisation, Frankfurt/M. 1981.
- ders./W.Brandis/D.Henderson, Soziale Schicht, Sprache und Kommunikation, Düsseldorf 1973.
- Berka, W., Medienfreiheit und Persönlichkeitsschutz. Die Freiheit der Medien und ihre Verantwortung im System der Grundrechte, Wien, New York 1982.
- Betz, G., Fernsehen und Information - Verkannte Probleme, in: Orientierung 47 (1983), 81-84.

- Betz, G., Wie objektiv kann Fernsehen informieren? Köln 1984.
- ders., Wieviel Fernsehen braucht der Mensch? Zum Verhältnis von personaler und medialer Kommunikation, in: Herder-Korrespondenz 33 (1979), 598-603.
- Blank, J., Gottesrecht will des Menschen Leben. Zum Problem der Menschenrechte im Neuen Testament, in: Concilium 15 (1979), 213-218.
- Blüthmann, H., Sinnlos schon vor dem Start. Die Kabelpilotprojekte werden viel zu spät durchgeführt, in: Die Zeit 40 (1985) Nr. 1 vom 28.12.1984, 11.
- Boden, U., u.a., Langzeiteffekte zweier Tageszeitungen auf politische Einstellungen der Leser, in: J.-J. Koch (Hrsg.), Sozialer Einfluß und Konformität, Weinheim 1977, 29-52.
- Böckelmann, F., Italien. Selbstregulierung eines "freien Rundfunkmarktes", Berlin 1984 (Kommerzielles Fernsehen in der Medienkonkurrenz, Bd.II).
- ders., Theorie der Massenkommunikation. Das System hergestellter Öffentlichkeit, Wirkungsforschung und gesellschaftliche Kommunikationsverhältnisse, Frankfurt/M. 1975.
- ders./G.Nahr, Staatliche Öffentlichkeitsarbeit im Wandel der politischen Kommunikation, Berlin 1979.
- Böckenförde, E.-W., Freiheitssicherung gegenüber gesellschaftlicher Macht. Aufriß eines Problems, in: ders., Staat, Gesellschaft, Freiheit. Studien zur Staatstheorie und zum Verfassungsrecht, Frankfurt/M. 1976, 336-348.
- ders., Organ, Organisation, juristische Person, in: Chr.-F. Menger, Fortschritte des Verwaltungsrechts, München 1973, 269-305.
- Bonfadelli, H., Neue Fragestellungen in der Wirkungsforschung: zur Hypothese der wachsenden Wissenskluft, in: RuF 28 (1980), 173-193.
- Bosshart, L., Dynamik der Fernsehunterhaltung, eine kommunikationswissenschaftliche Analyse und Synthese, Freiburg/Schweiz 1979.
- Boventer, H., Ethik des Journalismus. Zur Philosophie der Medienkultur, Konstanz 1984.
- ders., Journalismus ist philosophiebedürftig. Die Medien zwischen Wissenschaft, Moral und Technik, in: CS 16 (1983), 316-330.
- ders., Medienpolitik - nicht mehr, sondern weniger Pressefreiheit, Köln 1974.

- Boventer, H., Rundfunkfreiheit - Legitimationskrise des öffentlich-rechtlichen Systems, Köln 1977.
- ders., Stolpersteine auf dem Weg zu einem katholischen Hörfunk. Mangel an Freiheitswillen und unternehmerischen Geist, in: FK 33 (1985) Nr. 26, 4-6.
- Brecht, B., Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. Rede über die Funktion des Rundfunks, in: ders., Schriften zur Literatur und Kunst I, 1920-1932, Frankfurt/M. 1967, 132-140.
- Breede, W.E., Pressefreiheit und Redaktionsfreiheit. Im Fahrenkreuz der streitbaren Demokratie. Zum Verhältnis von allgemeinem Presserecht und Arbeitsrecht für Redaktionsmitglieder, Berlin 1982.
- Brepohl, Kl., Lexikon der Neuen Medien. Köln 1977.
- Bröckers, W. (Hrsg.), Die neuen Medien. Herausforderung an die Kirche, Frankfurt/M. 1984.
- Brummund, P./P. Schwindt, Der Pressemarkt in der Bundesrepublik Deutschland. Öffentliche Aufgabe und privatwirtschaftliche Organisation der Presse, Köln 1982.
- Bucerius, G., Der angeklagte Verleger. Notizen zur Freiheit der Presse, München 1974.
- Büchele, H., Politik wider die Lüge. Zur Ethik der Öffentlichkeit, Wien 1982.
- Büchs, J.D., Fernsehdirekttempfang über Satelliten, in: W. Kaiser/U.Lohmar (Hrsg.), Satelliten, 47-60.
- Bundesrechnungshof, Bericht zur Wirtschaftlichkeit öffentlicher Breitbandverteilnetze, Juni 1984, Az III 6 - 01 3 001/84.
- Bundestag, Zwischenbericht der Enquete-Kommission "Neue Informations- und Kommunikationstechniken gemäß Beschluß des Deutschen Bundestages vom 5. April 1981, Bundestagsdrucksache 9/2442 vom 28.3.1983.
- Bundesverfassungsgericht, Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts, 12.Bd., 205-264; 31.Bd., 314-357; 57.Bd., 295-335.
- Bundesverwaltungsgericht, Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts, 39.Bd., 159-169.
- Burghart, H., Journalismus in Bedrängnis, in: W.Geiger/F.Mai/H. Burghart, Der öffentlich-rechtliche Rundfunk. Zwischen Staat, Parteien und Interessen, Zürich 1978, 60-82.
- Busch, Chr., Das Neue Radio wird vorläufig nicht zu hören sein. Skeptisches von einem Befürworter Freier Radios, in: Medium 15 (1985), H.4 + 5, 16-19.

- Busch, Chr./Freundeskreis Freie Radios Münster, Was sie schon immer über freie Radios wissen wollten, aber nie zu fragen wagten, Münster 1981.
- Buß, M., Die Vielseher. Fernseh-Zuschauerforschung in Deutschland. Theorie - Praxis - Ergebnisse, Frankfurt/M. 1985.
- ders., Vielseher und Fernseh muffel, in: MP (1985), 378-389.
- Bystrina, I., Objektivität und Parteilichkeit, in: G.Bentele/R.Ruoff (Hrsg.), Objektiv, 56-77.
- Chaffee, S.H., Die Massenmedien als Agenturen der politischen Sozialisation, in: G.C. Behrmann (Hrsg.), Politische Sozialisation in entwickelten Industriegesellschaften, Bonn 1979, 183-198.
- Christ, P., Lehrgeld für den neuen Chef. Eine Artikelserie über Atomstrom sorgt für Ärger bei der Wirtschaftswoche, in: Die Zeit 39 (1984) Nr. 28 vom 6.Juli 1984, 21.
- Decker, H./W.R.Langenbucher/G.Nahr, Die Massenmedien in der postindustriellen Gesellschaft. Konsequenzen neuer technischer und wirtschaftlicher Entwicklungen für Aufgaben und Strukturen der Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland, Göttingen 1976.
- Dellbrück, J., Direkter Satellitenrundfunk und nationaler Regelungsvorbehalt. Umfang und Grenzen des transnationalen freien Informationsflusses nach Völkerrecht, dem Recht der Europäischen Gemeinschaften und dem Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland, in: MP (1981), 668-673.
- Dennis, E.E./W.Rivers, Other Voices. The New Journalism in America, San Francisco 1974.
- Deussen, G., "Anthropologische Wende" in der kirchlichen Soziallehre zur Massenkommunikation, in: CS 18 (1985), 94-116.
- ders., Ethik der Massenkommunikation bei Papst Paul VI., München, Paderborn, Wien 1973.
- ders., 25 Jahre "Miranda Prorsus". Die Medien-Enzyklika Papst Pius XII., in: CS 15 (1982), 267-281.
- ders., Verkündigungsstrategien im historischen Rückblick, in: CS 4 (1971), 1-10.
- ders., Wahrheit und öffentliche Meinung, Köln 1979.
- Deutsch, K.W., Politische Kybernetik. Modelle und Perspektiven, Freiburg/Brsg., 2.Aufl. 1970.

- Diederichs, H., Konzentration in den Massenmedien. Systematischer Überblick zur Situation in der BRD, München 1973.
- ders., Daten zur Konzentration der Tagespresse und der Publikumszeitschriften in der Bundesrepublik Deutschland im IV.Quartal 1984, in: MP (1985), 615-633.
- Dirks, W./W.Post, Kirche und Öffentlichkeit, Möglichkeiten der Kommunikation, Düsseldorf 1970.
- Doelker, Chr., "Wirklichkeit" in den Medien, Zug 1979.
- Dorsch, P.E., Zur Lage der lokalen Pressemedien unterhalb der traditionellen Lokalzeitung, in: Kommunikationspolitische und kommunikationswissenschaftliche Forschungsprojekte der Bundesregierung (1974-1978). Eine Übersicht über wichtige Ergebnisse, Bonn 1978, 167-177.
- Dröge, F./R.Weissenborn/H.Haft, Wirkungen der Massenkommunikation, Frankfurt/M., 2.Aufl. 1973.
- Düsterfeld, P., Kirchliche Sendungen im Privatrundfunk? Eine Frage an die Veranstalter, in: FK 33 (1985) Nr.39, 3f.
- ders., Soziale Kommunikation in einer pluralen Gesellschaft - Warum die Kirche kein "Anbieter" ist, in: Telekommunikation (Hohenheimer Medientage 84) 25-35.
- Ehlers, R., Themenstrukturierung durch Massenmedien. Zum Stand der empirischen Agenda-setting-Forschung, in: Publizistik 28 (1983), 167-186.
- Eichhorn, P./A.v.Loesch, Rundfunkökonomie, Baden-Baden 1983 (Beiheft 5 der Zeitschrift für öffentliche und gemeinwirtschaftliche Unternehmen).
- Eilers, F.-J., Zur interkulturellen Kommunikation in kirchlicher Sicht, in: CS 15 (1982), 101-106.
- ders. (Hrsg.), Kirche und Publizistik. Dreizehn Kommentare zur Pastoralinstruktion "Communio et Progressio" mit dem deutschen Originaltext, Paderborn 1972.
- Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Der Prozeß der politischen Meinungs- und Willensbildung, 2 Bde., hrsg. von der Projektgruppe am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität München, München 1976.
- Ellis, J.T., From the Enlightenment to the Present Papal Policy Seen through the Enzyticals, in: Catholic Historical Review 69 (1983), 51-58.
- Enzensberger, H.M., Baukasten zu einer Theorie der Medien, in: Kursbuch 20 (1970), 159-186.
- Ethik und Kommunikation. Mehr Integration durch Neue Medien? Hohenheimer Medientage 1982, Stuttgart 1984.

- Ethik und Kommunikation. Telekommunikation - ein Fortschritt für den Menschen? Hohenheimer Medientage 1979, Stuttgart 1979.
- Ethik und Kommunikation. Telekommunikation in einer demokratischen Gesellschaft. Hohenheimer Medientage 1984, Stuttgart 1984.
- Eurich, Cl., Kommunikative Partizipation und partizipative Kommunikationsforschung, Frankfurt/M. 1980.
- ders. (Hrsg.), Lokales Bürgerfernsehen und die Erforschung seiner Wirkungen, München 1980.
- Expertengruppe Offener Kanal, Erläuterungen zu den Regeln für den Offenen Kanal, in: Fernsehen in Deutschland IV, 28-39.
- Expertenkommission Neue Medien - EKM: Abschlußbericht, 3 Bde. Bd.I: Bericht und Projektempfehlungen, Bd. II: Materialien - Gutachten und Stellungnahmen, Bd. III: Kommunikationsatlas - Medien in Baden-Württemberg, Stuttgart 1981.
- Fabris, H.H., Journalismus und bürgernahe Medienarbeit. Formen und Bedingungen der Teilhabe an gesellschaftlicher Kommunikation, Salzburg 1979.
- ders., Kommunikative Partizipation. Demokratisierung durch neue Technologien, in: M.Kötterheinrich (Hrsg.), Rundfunkpolitische Kontroversen, 430-442.
- ders., Medienjournalismus und Bürgerkommunikation. Tendenzen und Alternativen der journalistischen Arbeit, in: RuF 29 (1981), 200-210.
- ders., Objektivität und Parteilichkeit in den Sozialwissenschaften und im Journalismus, in: Publizistik 26 (1981), 16-24.
- Faul, E., Programmforschung im Kabelpilotprojekt Ludwigshafen/Vorderpfalz, Auszüge aus den Erläuterungen des Projektentwurfs, in: MP (1985), 271-287.
- Fischer, H.-D./B.Baerns (Hrsg.), Wettbewerbsswidrige Praktiken auf dem Pressemarkt. Positionen und Probleme im internationalen Vergleich, Baden-Baden 1979.
- Fleck, F.H., Die Berufsethik des Presseverlegers in einer demokratischen Gesellschaft, in: CS 17 (1984), 1-23.
- ders., Grundprobleme der Ökonomie der Medien, in: ders. (Hrsg.), Ökonomie der Medien, Freiburg/Schweiz, 1983, 9-19.
- ders., Leitlinien einer Kommunikationspolitik in christlicher Sicht, in: E.Schreiber u.a. (Hrsg.), Kommunikation, 201-210.

- Fleck, F.H., Die Rundfunkverfassungen. Eine vergleichende Weltübersicht in medienpolitischer und wirtschaftlicher Sicht, in: K. Stern u.a., Programmauftrag und Wirtschaftlichkeit der öffentlichen Rundfunkanstalten, München 1984, 53-91.
- Forster, K., Kirchliche Präsenz in Hörfunk und Fernsehen. Orientierende Gesichtspunkte aus dem Selbstverständnis der Kirche, aus der Aufgabe gesellschaftlicher Kommunikation und aus den Verantwortungsstrukturen der Anstalten, in: Essener Gespräche zum Thema Staat und Kirche 13, Münster 1978.
- Forster, K., Wahrheit und Massenmedien, in: Publizistik 8 (1963), 446-461.
- ders., Zur Verantwortung der Kirche im öffentlich-rechtlichen Mediensystem, in: Erwachsenenbildung 27 (1981), 64-72.
- Freie Universität, Institut für Publizistik und Dokumentationswissenschaft, Druckerstreik und Presse, Berlin 1976.
- Friedrich, I., Die politische Kontrollfunktion des Massenkommunikationssystems im Rahmen der in einem demokratisch verfaßten politischen System sich vollziehenden Kontrollprozesse, Diss. Nürnberg 1971.
- Früh, W., Der aktive Rezipient - neu gesehen. Zur Konstruktion faktischer Information bei der Zeitungslektüre, in: Publizistik 28 (1983), 327-342.
- Fuchs, O., Konkretionen zum Thema "Freiheit" der Verkündigung in der künftigen Mediengesellschaft, in: FK 34 (1986) Nr. 4, B1 - B10.
- ders., Kritische Überlegungen zu einer kirchlichen Medienpolitik, in: Stimmen der Zeit 203.Bd. (1985), 111-124.
- Fuchs, W./M.Schenk, Der Rezipient im lokalen Kommunikationsraum, in: MP (1984), 211-218.
- Fünfgeld, H./E.Diemel/M.Gläser, Finanzplanung im Rundfunk - Geplante Defizite, hrsg. vom Süddeutschen Rundfunk Stuttgart, Stuttgart 1981.
- Furger, F. /C.Strobe-Nepple, Menschenrechte und katholische Soziallehre, hrsg. von der Schweizerischen Nationalkommission Justitia et Pax, Freiburg/Schweiz 1985.
- Gabriel, K./F.-X.Kaufmann (Hrsg.), Zur Soziologie des Katholizismus, Mainz 1980.
- Geiger, W./F.Mai/H.Burghart, Der öffentlich-rechtliche Rundfunk. Zwischen Staat, Parteien und Interessen, Zürich 1978.

- Geißler, R., Bedürfnisvermittlung und Kommunikation. Voraussetzung und Hindernisse für kommunikative Chancengleichheit, in: RuF 24 (1976), 3-14.
- ders., Instanzen der politischen Sozialisation, in: Einführung in die Kommunikationswissenschaft, 323-357.
- ders., Massenmedien, Basiskommunikation und Demokratie, Tübingen 1973.
- ders., Partizipatorisch-pluralistische Demokratie und Medieninhalte. Ein Bezugsrahmen zur Analyse politischer Massenkommunikationsaussagen, in: Publizistik 24 (1979), 171-187.
- ders., Politische Bewußtseinsbildung durch Massenmedien. Zur Rolle der Massenmedien in der politischen Sozialisation, in: Vorgänge 12 (1973) H.6, 30-50.
- ders., Wandel durch Massenmedien. Die Verstärker-Doktrin neu durchdacht, in: Communications 7 (1981), 169-185.
- ders., Welchen Einfluß haben Massenmedien auf politisches Bewußtsein und politisches Handeln?, in: B.Claußen/K. Wasmund (Hrsg.), Handbuch der politischen Sozialisation, Braunschweig 1982, 84-103.
- Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (Hrsg.), Herrschaft und Kritik, Probleme der Rundfunkfreiheit, Frankfurt/M. 1974.
- Gerbner, G., Über die Ängstlichkeit von Vielsehern, in: Fernsehen und Bildung 12 (1978), 48-58.
- Glässgen, H., Ansätze und Leitlinien einer medienpolitischen Position der katholischen Kirche, in: MP (1984), 12-20.
- ders., Katholische Kirche und Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland 1945-1962, Berlin 1983.
- Glötz, P., Die Sicherung der Kommunikationsfreiheit unter dem Druck technischer Innovation. Alternative Organisationsformen der Telekommunikation in der Bundesrepublik Deutschland, in: E.Schreiber u.a. (Hrsg.), Kommunikation, 255-267.
- ders./W.R. Langenbucher, Der mißachtete Leser. Zur Kritik der deutschen Presse, Köln, Berlin, 3. Aufl. 1970.
- Gnägi, A., Katholische Kirche und Demokratie. Ein dogmengeschichtlicher Überblick über das grundsätzliche Verhältnis der katholischen Kirche zur demokratischen Staatsform, Zürich, Einsiedeln, Köln 1970.
- Gottberg, H.v., Initiativen zur Errichtung kommerziellen Rundfunks unter besonderer Berücksichtigung des exemplarischen Charakters der Gründung der ITA für die einzelnen Initiativen in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin 1979.

- Gottschlich, M., Journalismus und Orientierungsverlust. Grundprobleme öffentlich-kommunikativen Handelns, Wien 1980.
- Gripp, H., Jürgen Habermas. Und es gibt sie doch - Zur kommunikationstheoretischen Begründung von Vernunft bei Jürgen Habermas, Paderborn 1984.
- Gross, H.W., Die Deutsche Presse-Agentur. Historische Analyse ihrer Organisations- und Machtstruktur externer Interessenverflechtung und der Position auf dem bundesdeutschen Nachrichtenmarkt, Frankfurt/M. 1982.
- Groß, R., Verfassungsrechtlich bedeutsame Schwerpunkte der Mediengesetzgebung, in: MP (1984), 681-696.
- ders., Zum Stand der Diskussion über den Satellitenrundfunk, in: MP (1984), 45-50.
- Grunert, K. G./E.Stupening, Werbung - Ihre gesellschaftliche und ökonomische Problematik, Frankfurt/M. 1981.
- Habermann, P., Fernsehen und Informationsverarbeitung. Perspektiven psychologischer Medienwirkungsfor- schung, in: MP (1984), 51-57.
- Habermas, J., Aspekte der Handlungsrationalität, in: ders., Vorstudien, 1984, 441-472.
- ders., Diskursethik - Notizen zu einem Begründungsprogramm; in: ders., Moralbewußtsein und kommunikatives Handeln, Frankfurt/M.1983.
- ders., Erkenntnis und Interesse, Frankfurt/M. 1973.
- ders., Strukturwandel der Öffentlichkeit, Frankfurt/M., 13.Aufl. 1982.
- ders., Technik und Wissenschaft als Ideologie. Frankfurt/M., 11.Auflage 1981.
- ders., Theorie des kommunikativen Handelns, 2 Bde., Frank- furt/M., 3.Aufl. 1985.
- ders., Verwissenschaftlichte Politik und Öffentliche Mei- nung, in: ders., Technik, 120-145.
- ders., Vorbereitende Bemerkungen zu einer Theorie der kommunikativen Kompetenz, in: ders./N.Luhmann, Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie - Was leistet die Systemforschung?, Frankfurt/M. 1971, 101-141.
- ders., Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommuni- kativen Handelns, Frankfurt/M. 1984.
- ders., Was heißt Universalpragmatik?, in: ders., Vorstudien, 353-440.
- Häring, B., Frei in Christus. Moraltheologie für die Praxis des christlichen Lebens, Bd. II, Der Weg des Menschen zur Wahrheit und Liebe, Freiburg/Brsg. 1980.

- Häring, B., Das Gesetz Christi, Moralthologie, Freiburg/Brsq. 1954 und 8.Aufl. 1967.
- Haldimann, U., Der verkaufte Leser. Presse unter Inserenten-
druck, Basel, 2.Aufl. 1981.
- Halefeldt, E., Regionaler Einstieg ins bundesweite Fernsehen? Private Rundfunkveranstalter in der Bundesrepublik, in: MP (1984), 33-44.
- Hall, P.Ch., Die Brandstifter als Feuerwehr? Die permanente Krise des Rundfunks, in: M.W.Thomas (Hrsg.), Verteidigung, 81-90.
- Hanada, Tatsuro/Kl. Winckler, Japan. Fernsehualismus und Medienkonzentration, Berlin 1984 (Kommerzielles Fernsehen in der Medienkonkurrenz III).
- Hategan, Chr., Strukturplan eines Stadtkanals. Modell für ein neues Medium. Eine Dokumentation, in: Medium 14 (1984) H.7 + 8, 40-44.
- Hearst, St., Die Schlacht um die BBC-Rundfunkgebühr, in: MP (1985), 360-368.
- Hehl, U.v./H.Hürten (Hrsg.), Der Katholizismus in der Bundesrepublik Deutschland 1945-1980. Eine Bibliographie, Mainz 1983.
- Heimeran, S., Der Einsatz neuer Telekommunikationssysteme. Ein Handbuch für kommunale Entscheidungsträger, München 1980.
- Hemels, J., Mahnmal statt Jubiläum: Nährboden und Grundlage kirchlicher Zensur vor und nach 1479, in: CS 12 (1979), 221-247.
- ders., Zur neuen Kommunikationsordnung: MacBride-Bericht, in: CS 15 (1982), 52-56.
- Hendriks, B., Landesrundfunkgesetze und Medienverflechtung. Anmerkungen zum 5.Hauptgutachten der Monopolkommission, in: MP (1984), 923-930.
- Henning, J., Rundfunkräte auf dem Prüfstand, Bonn 1981.
- Herbers, H.-H., Wirtschaftliche Grundlagen und Probleme des Rundfunks, in: J.Aüfermann/W.Scharf/O.Schlie (Hrsg.), Fernsehen, 63-91.
- Herkner, W., Einführung in die Sozialpsychologie, Bern, Stuttgart,Wien, 2.Aufl. 1981.
- Herrmann, G., Fernsehen und Hörfunk in der Bundesrepublik Deutschland. Zugleich ein Beitrag zu weiteren allgemeinen verfassungsrechtlichen und kommunikationsrechtlichen Fragen, Tübingen 1975.
- Herzog, R., Art.5, in: Th.Maunz/G.Dürig/R.Herzog u.a., Grundgesetz. Kommentar, München,Loseblattsammlung, Stand 1985.

- Heßler, H.-W., Medien als eine gesellschaftliche Aufgabe. Grundsätze, Erfahrungen und Erwartungen aus evangelischer Sicht, in: MP (1984), 1-11.
- Heun, M., Die Subjektivität der öffentlich-rechtlichen Nachrichten, in: E. Straßner (Hrsg.), Nachrichten. Entwicklungen - Analysen - Erfahrungen, München 1975, 66-82.
- Höffe, O., Ethik und Politik. Grundmodelle und Probleme der praktischen Philosophie, Frankfurt/M. 1979.
- Höhne, H., Die Geschichte der Nachricht und ihrer Verbreiter, Baden-Baden 1977.
- Hölscher, L., Öffentlichkeit, in: O. Brunner/W. Conze/R. Koselleck (Hrsg.), Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon zur politischen Sprache in Deutschland, Bd. IV, Stuttgart 1978, 413-467:
- dies., Öffentlichkeit und Geheimnis, Stuttgart 1979.
- Hömberg, W., Zur Rolle der Medien auf dem Lande, in: W. R. Langenbucher (Hrsg.), Lokalkommunikation, 164-177.
- ders./H. H. Fabris, Die politische Rolle der Journalisten, in: Einführung in die Kommunikationswissenschaft II, 259-288.
- Hoffmann, R., Rundfunkorganisation und Rundfunkfreiheit. Die Entwicklung von Organisations- und Machtstrukturen im Westdeutschen Rundfunk Köln und das Selbstverständnis der Programmacher, Berlin 1975.
- Hoffmann-Riem, W., Innere Pressefreiheit als politische Aufgabe. Über die Bedingungen und Möglichkeiten arbeitsteiliger Aufgabenwahrnehmung in der Presse, Neuwied, Darmstadt 1979.
- ders., Pressefreiheit durch redaktionelle Autonomie, in: K.-D. Funke/E. Theilen (Hrsg.), Pressefreiheit und Mitbestimmung, Bonn-Bad Godesberg 1977, 57-71.
- ders., Kommerzielles Fernsehen. Rundfunkfreiheit zwischen ökonomischer Nutzung und staatlicher Regelungsverantwortung: das Beispiel USA, Baden-Baden 1981.
- ders., Kulturelle Identität und Vielfalt im Fernsehen ohne Grenzen? Zur Diskussion um die Sicherung der Vielfalt im internationalisierten Rundfunk, in: MP (1985), 181-190.
- ders., Sozialstaatliche Wende in der Medienverantwortung?, in: W. R. Langenbucher (Hrsg.), Politik, 143-163.
- ders., Tendenzen der Kommerzialisierung im Rundfunksystem, in: RuF 32 (1984), 32-50.

- Hoffmann-Riem, W./D.Stammeler/M.Stock, Thesen zur Fortentwicklung des Rundfunksystems, in: RuF 29 (1981), 466-473.
- Holzer, H., Gescheiterte Aufklärung?, München 1971.
- Huber, W., Kirche und Öffentlichkeit, Stuttgart 1973.
- Hundertmark, G., Das öffentlich-rechtliche Rundfunksystem, in: Einführung in die Kommunikationswissenschaft I, 225-257.
- Huter, A., Mensch und Massenmedien. Der anthropologische Aspekt der Medienforschung, Salzburg 1981.
- ders., Die Pastoralinstruktion und das neue Bild vom Menschen, in: F.J.Eilers (Hrsg.), Kirche und Publizistik, 59-68.
- ders., Zur Ethik der Massenmedien, Wien 1980.
- Huizinga, J., Homo Ludens. Versuch einer Bestimmung des Spielelements der Kultur, Reinbek, 7.Aufl. 1965.
- Hymmen, F. W., Werbeeinnahmen und Kostenstruktur. Kommerzielle Aktivität des Rundfunks: ihr politischer Preis, ihr politischer Gewinn, in: M.Kötterheinrich u.a. (Hrsg.), Kontroversen, 271-285.
- Jacobi, U./G.Nahr, Manager der Kommunikation, Teil B: Der Zeitungsverleger im Strukturwandel der Presse, Berlin 1977, 185-339.
- Jäger, W., Öffentlichkeit und Parlamentarismus. Eine Kritik an Jürgen Habermas, Stuttgart 1973.
- Janshen, D., Alternative lokale Kommunikationsformen, in: W.R.Langenbucher (Hrsg.), Lokalkommunikation, 232-238.
- Jarass, H.D., Die Freiheit des Rundfunks vom Staat. Gremienbesetzung, Rechtsaufsicht, Genehmigungsvorbehalte, staatliches Rederecht und Kooperationsformen auf dem verfassungsrechtlichen Prüfstand, Berlin 1981.
- ders., Die Freiheit der Massenmedien. Zur staatlichen Einwirkung auf Presse, Rundfunk, Film und andere Medien, Baden-Baden 1978.
- Jarren, O., Publizistisch unterversorgt. Kommunikation und Medien auf dem Lande, in: Medium 15 (1985), H. 4 + 5, 5-12.
- Jünemann, B., Meinungsfreiheit und Medienentwicklung. Der Wettbewerb von Presse, Funk und Kabel am Beispiel der Lokalmärkte in Großbritannien, Freiburg/Brsgr. 1980.
- Kaiser, W. (Hrsg.), Breitbandkommunikation: Fernsehen und Hörfunk über Kabel und Satelliten, Berlin 1984.
- ders. (Hrsg.), Interaktive Breitbandkommunikation, Berlin 1982.

- Kaiser, W./U.Lohmar (Hrsg.), Kommunikation über Satelliten, Berlin, Heidelberg, New York 1981.
- Kant, E., Zum ewigen Frieden. Anhang II. Von der Einhelligkeit der Politik mit der Moral, in: Werke Bd.VIII. Akademietextausgabe, Nachdruck Berlin 1968.
- Kaufmann, F.-X., Wissenssoziologische Überlegungen zu Renaissance und Niedergang des katholischen Naturrechtsdenkens im 19. und 20. Jahrhundert, in: F.Böckle/E.-W.Böckenförde (Hrsg.), Naturrecht in der Kritik, Mainz 1973, 126-164.
- Kellner, H. u.a., Kabelfernsehen - Fortschritt oder Rückschritt? Anforderungen an eine soziale und wissenschaftliche Kommunikationsplanung, hrsg. vom Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, Frankfurt/M. 1980.
- Kepplinger, H.M., Massenkommunikation. Rechtsgrundlagen, Medienstrukturen, Kommunikationspolitik, Stuttgart 1982.
- ders. (Hrsg.), Angepaßte Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten, Freiburg/Brs., München 1979.
- Kewenig, W.A., Zu Inhalt und Grenzen der Rundfunkfreiheit, Berlin 1978.
- Kiefer, M.-L., Fernsehen im Überfluß? Die Werbewirtschaft zeigt sich reserviert, in: MP (1985), 94-98.
- dies., Zeitungssterben vorprogrammiert. Anmerkungen zu einer Untersuchung von Eberhard Witte und Joachim Senn, in: MP (1984), 758 - 761.
- dies., Wie vielfältig ist die Presse eigentlich wirklich? Versuch einer Bestandsaufnahme aus aktuellem Anlaß, in: MP (1985), 727-733.
- Kisseler, M., Unlautere Werbung durch redaktionelle Werbung, in: H.-D.Fischer/B.Baerns (Hrsg.), Wettbewerbswidrige Praktiken, 89-98.
- Klaus, B., Massenmedien im Dienste der Kirche, Berlin 1970.
- Klemann, M., Mit Phantasie das Kabel kapern. Wie alternativ sind die neuen Medien?, Frankfurt/M. 1984.
- Klein, H.H., Die Rundfunkfreiheit, München 1978.
- Kleinstauber, H.J., Fernsehen und Geschäft. Kommerzielles Fernsehen in den USA und Großbritannien. Lehren für die Bundesrepublik, Hamburg 1973.
- ders., Rundfunkpolitik in der Bundesrepublik. Der Kampf um die Macht über Hörfunk und Fernsehen, Opladen 1982.
- ders., Wer macht Medienpolitik?, in: Telekommunikation (Hohenheimer Medientage 1984), 107-126.

- Knoche, M./W.Schulz, Folgen des Lokalmonopols von Tageszeitungen, in: Publizistik 14 (1969), 298-310.
- Köhler, O., Die Ausbildung der Katholizismen in der modernen Gesellschaft, in: H.Jedin (Hrsg.), Handbuch der Kirchengeschichte, Bd. VI/ 2 Freiburg/Brs., 1985.
- Kötterheinrich, M. u.a. (Hrsg.), Rundfunkpolitische Kontroversen, Frankfurt/M., Köln 1976.
- Kogon, E., Anmerkungen zum Thema "Informationsnotwendigkeit - Informationsfreiheit - Informationspflicht", in: P.Hübner (Hrsg.), Information oder herrschen die Souffleure? Siebzehn Untersuchungen, Hamburg 1964, 108-111; auch abgedruckt in: O.B.Roegele (Hrsg.), Pressereform, 217-221.
- Koller, B., Lokalzeitungen in Wettbewerbs- und Monopolsituationen: Bedingungen in den Redaktionen und das Verhältnis zu Lokalhonoratioren, in: M.Rühl/J.Walchshöfer (Hrsg.), Politik und Kommunikation, 273-293.
- Koller, E., Religion im Fernsehen. Christliche Weltdeutung zwischen Programmauftrag, Verkündigungsanspruch und Publikumsinteresse, Zürich, Einsiedeln, Köln 1978.
- Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems (KtK), Telekommunikationsbericht, Bonn 1976.
- Kopp, H.W., Information in der Demokratie. Bausteine einer Medienpolitik, Zürich, Einsiedeln, Köln 1976.
- Kopper, G.G., Marktzutritt - Grundfrage funktionierenden Zeitungswettbewerbs. Schlußfolgerungen aus Expertenmeinungen, Pressestatistik und empirischer Forschung, in: MP (1983), 145-154.
- ders., Massenmedien, Wirtschaftliche Grundlagen und Strukturen. Analytische Bestandsaufnahme der Forschung 1968-1981, Konstanz 1982.
- ders. (Hrsg.), Marktzutritt bei Tageszeitungen. Zur Sicherung von Meinungsvielfalt durch Wettbewerb, München 1984.
- Korff, W., Institutionstheorie, Die sittliche Struktur gesellschaftlicher Lebensformen, in: Handbuch der christlichen Ethik, Bd.I, Freiburg 1978, 168-176.
- Koschwitz, H., Publizistik und politisches System. Die internationale Presse der Gegenwart und ihre Entwicklungstendenzen in unterschiedlichen Herrschaftsordnungen, München 1974.

- Koszyk, K./K.H.Pruys (Hrsg.), Wörtberbuch zur Publizistik, München 1969.
- diess. (Hrsg.), Handbuch der Massenkommunikation. München 1981.
- Kroh, W., Kirche im gesellschaftlichen Widerspruch. Zur Verständigung zwischen katholischer Soziallehre und politischer Theologie, München 1982.
- Krüger, A., Allgemeine Staatslehre, Stuttgart 1964.
- Krüger, M., Aufbruch zu einer neuen Fernsehkultur. Ein Programmvergleich von SAT 1, RTL-plus, ARD und ZDF, in: MP (1985), 257-270.
- Kübler, F., Kommunikation und Verantwortung, Konstanz 1973.
- ders., Medienverflechtung. Eine rechtsvergleichende Untersuchung der Marktstrukturprobleme privaten Rundfunks, Frankfurt/M. 1982.
- ders., Empfiehlt es sich zum Schutz der Pressefreiheit Vorschriften über die innere Ordnung von Presseunternehmen zu erlassen?, in: Verhandlungen des 49. Deutschen Juristentages, Bd.I: Gutachten D, München 1972.
- Kuhlmann, W./D.Böhler (Hrsg.), Kommunikation und Reflexion. Zur Diskussion der Transzendentalpragmatik. Antworten auf Karl-Otto Apel, Frankfurt/M. 1982.
- Lahnstein, M., Was uns Verleger im Fernsehen bieten können, in: RuF 32 (1984), 289-298.
- Lange, B.-P., Kommerzielle Ziele und binnenpluralistische Organisation bei Rundfunkveranstaltern. Eine Untersuchung aus wirtschaftswissenschaftlicher und kommunikationstheoretischer Sicht, Frankfurt/M. 1980.
- ders., Regelungsvorschläge zur Bekämpfung fortschreitender Konzentration im Pressewesen. Darstellung und Kritik, in: J.Aufermann/H.Bohrmann/R.Sülzer (Hrsg.), Gesellschaftliche Kommunikation I, 315-340.
- ders. u.a., Sozialpolitische Chancen der Informationstechnik, Frankfurt/M. 1982.
- Lange, K., Abbildung oder Konstruktion der Wirklichkeit? Politik in Nachrichtenmedien, in: Politische Bildung 13 (1980), 71-85.
- ders., Das Bild der Politik im Fernsehen. Die filmische Konstruktion einer politischen Realität in den Fernsehnachrichten, Frankfurt/M. 1981.
- Lazarsfeld, P./F.-B.Berelson/H.Gaudet, The People's Joyce, New York 1944.

- Langenbucher, W.R., Einleitung: Vom notwendigen Wandel des Journalismus, in: ders. (Hrsg.), Journalismus, 9-17.
- ders., Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten und Meinungsfreiheit - Chancen und Grenzen einer gesellschaftlichen Kontrolle, in: Politische Bildung 13 (1980), 46-56.
- ders., Rundfunkkontrolle und gesellschaftliche Relevanz, in: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (Hrsg.), Herrschaft, 78-111.
- ders. (Hrsg.), Journalismus und Journalismus. Plädoyers für Recherche und Zivilcourage, München 1980.
- ders. (Hrsg.), Lokalkommunikation. Analysen, Beispiele, Alternativen, München 1980.
- ders. (Hrsg.), Politik und Kommunikation. Über die öffentliche Meinungsbildung, München, Zürich 1979.
- ders. (Hrsg.), Zur Theorie der politischen Kommunikation, München 1974.
- ders./O.B.Roegele/F.Schumacher, Pressekonzentration und Journalistenfreiheit, Berlin 1976.
- ders./W.Mahle, "Umkehrproporz" und kommunikative Relevanz. Zur Zusammensetzung und Funktion der Rundfunkräte, in: Publizistik 18 (1973), 322-330.
- Lehmann, K./K.Rahner (Hrsg.), Marsch ins Getto? Der Weg der Katholiken in der Bundesrepublik, München 1973.
- Lehr, W., Der Rundfunk ist kein Zuckerbäcker. Über das Verhältnis von Programmauftrag und Wirtschaftlichkeit in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, in: ARD-Jahrbuch 1983, Hamburg 1983, 80-95.
- ders./K.Berg (Hrsg.), Rundfunk und Presse in Deutschland. Rechtsgrundlagen der Massenmedien. Texte, Mainz, 2.Aufl. 1976.
- Lenhardt, H., Teuere Neue Medien. Schwierigkeiten - Irrtümer - Chancen, Salzburg 1983.
- Lerche, P., Die Kirchen und die neuen Entwicklungen im Rundfunkbereich - verfassungsrechtlich gesehen, in: Essener Gespräche zum Thema Staat und Kirche 13, Münster 1978.
- ders., Landesbericht Bundesrepublik Deutschland, in: M.Bullinger/F.Kübler (Hrsg.), Rundfunkorganisation und Kommunikationsfreiheit. Landesberichte und Generalberichte der Tagung für Rechtsvergleichung 1979 in Lausanne, Baden-Baden 1970, 15-107.

- Lerche, P., Verfassungsrechtliche Aspekte neuer kommunikationstechnischer Entwicklungen, in: W.R.Langenbucher (Hrsg.), Politik, 249-261.
- Lieb, W., Kommunikationsspezifische Aspekte einer dualen Medienstruktur, in: RuF 28 (1980), 210-223.
- Lindgens, G., Katholische Kirche und moderner Pluralismus. Der neue Zugang zur Politik bei den Päpsten Johannes XXIII. und Paul VI. und dem Zweiten Vatikanischen Konzil, Stuttgart 1980.
- Lindlau, D., Die Exekution der Wirklichkeit - oder: wider die falsche Objektivität, in: W.R.Langenbucher (Hrsg.), Journalismus, 41-46.
- Löffler, M., Presserecht, München 1955.
- Longolius (Red.), Fernsehen in Deutschland IV. Offener Kanal: Eröffnung der Diskussion, Hamburg 1980.
- Lorenz, K., Die Rückseite des Spiegels. Versuch einer Naturgeschichte des Erkennens, München, 2.Aufl. 1975.
- Loretan, M., Vom Zerfall der Öffentlichkeit im elektronischen Zeitalter. Gefahren der Neuen Medien für die demokratische Gesellschaft, in: Neue Wege 78 (1984), 330-338.
- Luhmann, N., Komplexität und Demokratie, in: ders., Politische Planung, 35-45.
- ders., Öffentliche Meinung, in: ders., Politische Planung, 9-34.
- ders., Politische Planung, Aufsätze zur Soziologie von Politik und Verwaltung, Opladen, 2.Aufl. 1975.
- ders., Veränderungen im System gesellschaftlicher Kommunikation und die Massenmedien, in: O.Schatz (Hrsg.), Die elektronische Revolution. Wie gefährlich sind die Massenmedien?, Graz,Wien,Köln 1975, 13-30.
- MacDougall, C.D., Interpretive Reporting, New York, 8.Aufl. 1982.
- Mahle, W.A., Großbritannien. Ein Modell für die Bundesrepublik?, Berlin 1984 (Kommerzielles Fernsehen in der Medienkonkurrenz I).
- Mahner, H., Die technische Nutzung von Nachrichtensatelliten und ihre Grenzen, in: W.Kaiser/U.Lohmar (Hrsg.), Satelliten, Berlin, Heidelberg, New York 1981, 34-44.
- Maier, H., Katholizismus und Demokratie, Freiburg/Brsg. 1983.
- Maletzke, G., Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik, Hamburg 1963.

- Maletzke, G. (Hrsg.), Einführung in die Massenkommunikationsforschung. Berlin 1972.
- Mast, Cl., Zwischen Knopf und Kabel. Informationstechnik für Wissenschaft und Feierabend, Zürich 1983.
- dies., Politische Öffentlichkeit. Untersuchung einer Parteiensendung des Zweiten Deutschen Fernsehens, Osnabrück 1978.
- McPhail, Th.L., Electronic Colonialism. The Future of International Broadcasting and Communication, Beverly Hills 1981.
- Medienmacht im Nord-Süd-Konflikt, Die Neue Internationale Informationsordnung, Frankfurt/M. 1984.
- Medienpolitik, Überlegt es sich die Kirche anders (Verf. H.G. K.), in: Herder-Korrespondenz 37 (1983), 442-444.
- Meier, J., Recht vor dem Kabelfernsehen. Ansätze für einen Paradigmenwechsel in der Medienpolitik, Hamburg 1979.
- Meier, W.A., Pay-TV in Kanada: Große Kluft zwischen Anspruch und Wirklichkeit, in: MP (1984), 528-535.
- Meier, W./M.Schanne, Nachrichtenagenturen im internationalen System, Zürich 1980.
- Merkert, R., Fernsehen und Wirklichkeit, in: Stimmen der Zeit 200.Bd. (1982), 483-495.
- Meßner, J., Die negative Kritik an der katholischen Presse vom Standpunkt der Presse-Ethik, in: J.W. Naumann (Hrsg.), Die Presse und der Katholik. Anklage und Rechtfertigung. Handbuch für Vortrag und Unterricht, Augsburg 1932, 41-52.
- Mestmäcker, E.-J., Medienkonzentration und Meinungsvielfalt. Eine vergleichende wirtschaftsrechtliche Untersuchung im Auftrag des Bundesministers des Innern, Baden-Baden 1978.
- Mette, N./H.Steinkamp, Sozialwissenschaften und Praktische Theologie, Düsseldorf 1983.
- Meyn, H., Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin, überarbeitete Neuauflage 1979.
- "Michel-Bericht", Bericht der Kommission zur Untersuchung der Wettbewerbsgleichheit von Presse, Funk/Fernsehen und Film, Bundestagsdrucksache V/2120, Bonn 1967.
- Mill, J.St., Über die Freiheit, hrsg. von M.Schlenke, Stuttgart 1974.

- M(inte), H., Werbung, in: K.Koszyk/K.H.Pruys (Hrsg.), Handbuch, 332-344.
- Mohn, E., Kabel"pilot"projekt Ludwigshafen. Programmliche Vielfalt im außenpluralen Anbietermodell, in: MP (1985), 111-119.
- Monopolkommission, Ökonomische Kriterien für die Rechtsanwendung. Hauptgutachten 1982/1983, Baden-Baden 1984.
- Montag, H., Privater oder öffentlich-rechtlicher Rundfunk? Initiativen für einen privaten Rundfunk in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin 1978.
- Moser, G., Beteiligung am gesellschaftlichen Gespräch. Fragen und Bemerkungen zu einer medialen Standortbestimmung in der Kirche, in: CS 18 (1985), 158-165.
- ders., Kommunikation und Menschlichkeit, in: CS 16 (1983), 191-199.
- Müller, P., Ungehemmte Marktwirtschaft. Politik der Deregulation: Satellitenkommunikation (Intelsat), in: Medium 15 (1985), H.6, 12-16.
- Müller, W., Die Ökonomik des Fernsehens. Eine wettbewerbspolitische Analyse unter besonderer Berücksichtigung unterschiedlicher Organisationsformen, Göttingen 1979.
- Müller-Doohm, St., Medienindustrie und Demokratie. Verfassungspolitische Interpretation - sozioökonomische Analyse, Frankfurt/M. 1972.
- Müller-Römer, F., Fernmeldesatelliten. Zuführung von Rundfunkprogrammen zu Kabelinseln mittels Fernmeldesatelliten, in: Media Perspektiven (1985), 539-547.
- Narr, W.-D. (Hrsg.), Politik und Ökonomie - autonome Handlungsmöglichkeiten des politischen Systems, Opladen 1975 (Politische Vierteljahresschrift, Sonderheft 6).
- Negt, O., Thesen zum Begriff der Öffentlichkeit, in: W.-D. Narr (Hrsg.), Politik, 461-466.
- ders./A.Kluge, Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit, Frankfurt/M. 1972.
- Nell-Breuning, O.v., Katholizismus, in: K.Gabriel/F.-X. Kaufmann (Hrsg.), Soziologie des Katholizismus, 24-38.
- ders., Probleme einer neuen Unternehmensverfassung, in: Die Neue Ordnung 22 (1968), 110-120.

- Nell-Breuning, O.v., Soziallehre der Kirche im Ideologieverdacht, in: Theologie und Philosophie 58 (1983), 88-99.
- Niemann, R., Mitbestimmung, in: P.Schiwy/W.J.Schütz (Hrsg.), Medienrecht, 101-107.
- Noelle-Neumann, E., Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung - unsere soziale Haut, München 1980.
- dies./F.Ronneberger/H.-W. Stuibler, Streitpunkt lokales Pressemonopol. Untersuchungen zur Alleinstellung von Tageszeitungen, Düsseldorf 1976.
- Noll, J., Die deutsche Tagespresse: ihre wirtschaftliche und redaktionelle Struktur, Frankfurt/M., New York 1977.
- Nordenstreng, K./L.Hannikainen, The Mass Media Declaration of UNESCO, Norwood 1984.
- Nusplinger, K., Pressefreiheit und Pressevielfalt, Diessenhofen/Schweiz 1980.
- Oberreuter, H., Übermacht der Medien. Erstickt die demokratische Kommunikation?, Osnabrück 1982.
- ders., Pluralistische Gesellschaft und Neue Medien, in: Integration (Hohenheimer Medientage 1982), 23-42.
- Oelinger, J., Plädoyer für eine freiheitliche Öffentlichkeit, Köln 1973.
- Offe, Cl., Politische Herrschaft und Klassenstrukturen. Zur Analyse spätkapitalistischer Gesellschaftssysteme, in: G.Kress/D.Senghaas (Hrsg.), Politikwissenschaft. Eine Einführung in ihre Probleme, Frankfurt/M., 2.Aufl. 1970, 155-189.
- Oppermann, Th., Meinungs- und Informationsfreiheit (Art. 5 GG) in sich wandelnder Medienlandschaft, in: Telekommunikation (Hohenheimer Medientage 1984), 89-106.
- Ott, K., Aus der Traum. Was von der Illusion bürgernahen Fernsehens im "Kabelpilotprojekt" München übrig bleibt, in: Medium 15 (1985), H.4 + 5, 36-38.
- Paetzold, U., Hofberichterstattung oder Recherchenjournalismus - Zur Philosophie journalistischer Arbeit, in: W.R.Langenbucher (Hrsg.), Journalismus, 21-33.
- ders. (Hrsg.), Kabel-Kommunikation. Organisation und Programme, München 1978.
- ders./H.Röper, Infrastrukturprobleme privater Fernsehprogramme, in: RuF 32 (1984), 193-205.
- diess., Neue Ansätze einer Pressekonzentrationsforschung, in: MP (1984), 98-106.

- Paetzold, U./Tonnemacher, Dimensionen neuer Informations- und Kommunikationstechniken, Bestandsaufnahme und Prognose, in: Publizistik 26 (1981), 508-529.
- Pesch, R., Die kirchlich-politische Presse der Katholiken in der Rheinprovinz vor 1848, Mainz 1966.
- Peukert, H., Wissenschaftstheorie - Handlungstheorie - Fundamentale Theologie. Analysen zu Ansatz und Status theologischer Theoriebildung, Frankfurt/M. 1978.
- Piaget, J., Einführung in die genetische Erkenntnistheorie. Vier Vorlesungen, Frankfurt/M. 1973.
- Piepenstock, W., Grundgesetz und Gesellschaftsstruktur. Zu den innergesellschaftlichen Komponenten des verfassungsrechtlichen Demokratiegebotes, in: Politische Vierteljahresschrift 12 (1971), 252 - 263.
- Plongeron, B., Die Kirche in Europa im 19. Jahrhundert vor der Frage: Renovation oder Restauration? Diagnose einer Krise, in: Concilium 12 (1976), 222-225.
- Pöttker, H., Zum demokratischen Niveau des Inhalts überregionaler westdeutscher Tageszeitungen, Hannover 1980.
- Prakke, H., Alle Publizistik ist Zwiegespräch, in: Publizistik 5 (1960), 208-210.
- Prokop, D., Faszination und Langeweile. Die populären Medien, Stuttgart 1979.
- ders. (Hrsg.), Massenkommunikationsforschung, 3 Bde., Frankfurt/M. 1972-1977.
- Radunski, P., Wahlkämpfe. Moderne Wahlkampfführung als politische Kommunikation, München 1980.
- Rahner, K., Marsch ins Getto?, in: Stimmen der Zeit 189.Bd. (1972), 1f.
- Ratzke, D., Handbuch der neuen Medien. Information und Kommunikation, Fernsehen und Hörfunk, Presse und Audiovision. Heute und morgen, Stuttgart 1982.
- Rauscher, A. (Hrsg.), Der soziale und politische Katholizismus. Entwicklungslinien in Deutschland 1803-1963, 2 Bde., München 1981f.
- Rawls, J., Eine Theorie der Gerechtigkeit, Frankfurt/M. 1979.

- Reimers, K.F., Kommunikation in der säkularisierten Welt. Zum Öffentlichkeitsverständnis im publizistischen Gesamtplan der EKD, in: E.Schreiber u.a. (Hrsg.), Kommunikation, 211-222.
- Renckstorf, K., Neue Perspektiven in der Massenkommunikationsforschung. Beiträge zur Begründung eines alternativen Forschungsansatzes, Berlin 1977.
- ders./Lutz, R., Nachrichtensendungen im Fernsehen. 2 Bde., Berlin 1980.
- Ricker, R., Freiheit und Aufgabe der Presse. Individualrechtliche und institutionelle Aspekte, Freiburg/Brsg., München 1983.
- Richter, R., Kommunikationsfreiheit = Verlegerfreiheit? Zur Kommunikationspolitik der Zeitungsverleger in der Bundesrepublik Deutschland 1945-1969, München 1973.
- Ring, W.-D. (Hrsg.), Deutsches Presse- und Rundfunkrecht. Textsammlung des deutschen Presse- und Rundfunkrechts mit Anmerkungen, Verweisen und Sachregister. Loseblattsammlung in zwei Bänden, München Stand 1983.
- Roegele, O.B., Die katholische Kirche und die "neuen" Medien, in: M.Rühl/H.-W.Stuiber (Hrsg.), Kommunikationspolitik, 241-255.
- ders., Das Konzilsdekret "Über die Werkzeuge der sozialen Kommunikation", in: Publizistik 9 (1964), 305-347.
- ders., Medienpolitik - und wie man sie macht, Osnabrück 1973.
- ders., Neugier als Laster und Tugend, Osnabrück 1982.
- ders., Presse und Publizistik des deutschen Katholizismus 1803-1963, in: A.Rauscher (Hrsg.), Der soziale und politische Katholizismus, Bd.II, München 1982, 395-434.
- ders., Pressereform und Fernseh-Streit. Texte zur Kommunikationspolitik 1852 bis heute, Gütersloh 1965.
- ders./G.Bauer, Kirche und Massenmedien, in: Handbuch der Pastoraltheologie, Bd. II/2, Freiburg 1966, 284-308.
- Rölz, J., Das Werberahmenprogramm - Kommerzieller Rahmen oder Rahmen für Kommerzielles?, in: M.Kötterheinrich (Hrsg.), Kontroversen, 220-230.
- Röper, H., Einstieg in ein neues Radiozeitalter. Privater Hörfunk in der Bundesrepublik Deutschland, in: MP (1985), 521-534.

- Röper, H., Formationen deutscher Medien-Multis, in: MP (1985), 120-130.
- Roessler, G., Rundfunksatellit, in: MP (1985), 548-550.
- Roigas, H., Die Frequenzsituation bei Hörfunk und Fernsehen - neuere Entwicklungen, in: MP (1983), 551-555.
- Rolli, H.-W., Der offene Kanal als Bürgermedium. Möglichkeiten, Erfahrungen, Grenzen, Konsequenzen, Frankfurt/M. 1981.
- Ronneberger, F., Ausgewogenheit publizistischer Aussagen, in: Publizistik 22 (1977), 138-149.
- ders., Autonomes Verhalten in der Lokalkommunikation, in: H.Schatz/K.Lange (Hrsg.), Massenkommunikation und Politik. Aktuelle Probleme und Entwicklungen im Massenkommunikationssystem der Bundesrepublik Deutschland, Frankfurt/M. 1982, 21-38.
- ders., Kommunikationspolitik, 2 Bde., Mainz 1978 und 1980.
- ders., Leistungen und Fehlleistungen der Massenkommunikation, in: W.R.Langenbucher (Hrsg.), Politik, 127-142.
- ders., Neue Medien. Ihre Vorteile und Risiken für die Struktur der demokratischen Gesellschaft und den Zusammenhalt der sozialen Gruppen. Eine Literaturstudie, Konstanz 1982.
- ders., Die politischen Funktionen der Massenkommunikation, in: W.R.Langenbucher (Hrsg.), Theorie, 193-205.
- Roth, P., Die Auseinandersetzung zwischen Ost und West über eine "Neue Weltinformationsordnung", in: Stimmen der Zeit 201.Bd. (1983), 18-30.
- ders., Die Katholische Kirche und die "Neue Weltinformationsordnung", in: Stimmen der Zeit 202.Bd. (1984), 299-311.
- Rotter, H., Zur Ethik des Journalisten, in: Theologisch-praktische Quartalschrift 130 (1982), 60-66.
- Rühl, M., Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf, Mainz 1980.
- ders., Journalismus und Wissenschaft - Anmerkungen zu ihrem Wirklichkeitsverständnis, in: RuF 29 (1981), 211-222.
- ders., Politische Kommunikation: ein Trendreport, in: U.Saxer (Hrsg.), Politik und Kommunikation. Neue Forschungsansätze, München 1983, 19-37.
- ders., Die Rundfunkgebühr - ein wohlfahrtsstaatlicher Preis. Versuch einer begrifflichen und problemorientierten Bestandsaufnahme sowie Hinweise auf Entwicklungsmöglichkeiten einer Gebührenpolitik, in: MP (1984), 589-605.

- Rühl, M., Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System, Freiburg/Schweiz, 2.Aufl. 1979.
- ders./U.Saxer, 25 Jahre Deutscher Presserat. Ein Anlaß für Überlegungen zu einer kommunikationswissenschaftlich fundierten Ethik des Journalismus und der Massenkommunikation, in: Publizistik 26 (1981), 471-507.
- ders./J.Walchshöfer (Hrsg.), Politik und Kommunikation. Festgabe für Franz Ronneberger zum 65.Geburtstag, Nürnberg 1978.
- Ruhland, W., Über-parteilich den Parteien zu Diensten: die politischen Magazine im Bundestagswahljahr 1976, in: W.R.Langenbucher (Hrsg.), Politik, 202-210.
- Rust, H., Geteilte Öffentlichkeit: Alltagskommunikation und Massenpublizistik, in: Publizistik 27 (1982), 505-529.
- ders., Massenmedien und Öffentlichkeit. Eine soziologische Analyse, Berlin 1977.
- Saxer, U., Funktionen der Massenmedien in der modernen Gesellschaft, in: R.Kurzrock (Hrsg.), Medienforschung, Berlin 1974, 22-33.
- ders., Journalistische Ethik - eine Chimäre ? Sieben kommunikationssoziologische Thesen zum Widerspruch ihres Anspruchs und ihrer Geltungsrealität, in: Jahres- und Tagungsbericht der Görres-Gesellschaft 1983, Köln 1984, 56-68.
- ders., Konstituenten einer Medien- und Journalismus-Ethik, in: Zeitschrift für Evangelische Ethik 30 (1986), 21-45.
- ders., Macht von Medien - Macht durch Medien, in: RuF 31 (1983), 439-455.
- ders., Die Objektivität publizistischer Information, in: W.R.Langenbucher (Hrsg.), Theorie, 206-235.
- ders., Politische Funktionen der Publizistik aus der Sicht der Publizistikwissenschaft, in: A.Walpen/F.A.Zölch (Hrsg.), Politik und Publizistik - Publizistik und Politik. Festschrift für Oskar Rock, Aarau, Frankfurt/M.Salzburg 1981, 129-148.
- ders., Selektives Rezipientenverhalten bei Programm-mehrangebot, in: EKM II, 105-112.
- ders., Zum Stichwort "Objektivität" in: ders. (Hrsg.), Fernsehen: Stichwort Objektivität, o.O., o.J., (Pressestelle des Fernsehens der deutschen und rätoromanischen Schweiz 1973).

- Schäfer, I.E., Politisch-administratives System und Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland, Frankfurt/M. 1984.
- Schätzler, W., Die Kirchen in der Bundesrepublik Deutschland angesichts der Neuen Medien. Die Vorstellungen und Projekte der katholischen Kirche, in: J.Morange u.a., Die Neuen Medien und die Kirchen in der Bundesrepublik Deutschland und in Frankreich, Kehl/Rh. und Straßburg 1983, 119-133.
- Scharf, W., Objektivität und Ausgewogenheit - Bedingungen für die Erfüllungen der Integrationsfunktion des Fernsehens, in: Publizistik 26 (1981), 202-223.
- Schatz, H., Medienpolitik - am Beispiel der Pressekonzentration. Ziele und Instrumente, in: Politische Bildung 13 (1980), 57-70.
- Schelsky, H., Die Arbeit tun die anderen. Klassenkampf und Priesterherrschaft der Intellektuellen, München 1977.
- ders., Der Mensch in der wissenschaftlichen Zivilisation, in: ders., Auf der Suche nach Wirklichkeit, Düsseldorf, Köln 1965, 439-471.
- Scheuner, U., Das Grundrecht der Rundfunkfreiheit, Berlin 1982.
- Schilling, O., Handbuch der Moraltheologie, 3 Bde., Stuttgart 1952-1956.
- Schiwy, P./W.J.Schütz (Hrsg.), Medienrecht: Stichwörter für die Praxis, Neuwied, Darmstadt 1977.
- Schlüter, H.-J., Der neue Lokaljournalismus, in: W.R.Langenbacher (Hrsg.), Lokalkommunikation, 24-30.
- Schmidbauer, M., Satellitenfernsehen für die Bundesrepublik Deutschland. Bedingungen und Möglichkeiten des Direktfernsehens via Satellit, Berlin 1983.
- ders., Kabelfernsehen in der Bundesrepublik Deutschland: Die Interessen von Wirtschaft, Politik und Publikum, München 1982.
- ders./Löhr, P., Die Kabelpilotprojekte in der Bundesrepublik Deutschland. Ein Handbuch, München 1983.
- Schmidt, H., Rundfunkvielfalt. Möglichkeiten und Grenzen einer "pluralistischen" Rundfunkorganisation, in: MP (1984), 429-432.
- ders., Staatseinfluß und Gremienmacht. Unbewältigte Aspekte der Rundfunkorganisation, in: M.Kötterheinrich (Hrsg.), 60-75.

- Schmidtchen, G., Die befragte Nation. Über den Einfluß der Meinungsforschung auf die Politik, Freiburg/Brsg. 1959.
- Schmitz, H.-P., Staatliche Rundfunkaufsicht in kommerziellen Systemen. Chronik der Auseinandersetzung um das Fernseh-Tageszeitungs-Doppeleigentum in den USA, in: MP (1984), 509-520.
- Schmolke, M., Christliche Publizistik - Verantwortung für die internationale Kommunikation, in: CS 12 (1979), 1-12.
- ders., Information und Massenmedien, in: H.Jedin/K.Repgen (Hrsg.), Handbuch der Kirchengeschichte, Bd.VII, Freiburg/Brsg. 1979, 411-436.
- ders., Die schlechte Presse. Katholiken und Publizistik zwischen "Katholik" und "Publik" 1821-1968, Münster 1971.
- ders., Der Verleger zwischen Tradition und Innovation. Salzburg,München 1976.
- ders., Zehn ideengeschichtliche Beobachtungen zur Pastoralinstruktion "Communio et Progressio", in: F.J.Eilers (Hrsg.), Kirche und Publizistik, 17-25.
- Schneider, H., Fernsehen und Werbung gehören zusammen, in: A.-L. Heygster/E.Maseberg (Hrsg.), Werbung im Fernsehen, Mainz 1975 (Mainzer Tage der Fernseh-Kritik Bd. VIII), 19-23.
- Schneider, N., Eine Idee und ihre Risiken: Das Öffentlich-rechtliche Rundfunksystem, in: M.W.Thomas (Hrsg.), Verteidigung, 41-50.
- ders., Parteieneinfluß im Rundfunk, in: J.Aufermann / W.Scharf/O.Schlie (Hrsg.), Fernsehen, 116-126.
- Schneyer, I.B., Geschichte der katholischen Predigt, Freiburg/Brsg. 1969.
- Schrape, K., Ökonomische Perspektiven der Medienentwicklung. Über die Endlichkeit der Nachfragepotentiale für Kabelkommunikation, in: MP (1983), 533-545.
- Schreiber, E./W.R.Langensbucher/W.Hömberg (Hrsg.), Kommunikation im Wandel der Gesellschaft. Otto B. Roegele zum 60.Geburtstag, Düsseldorf 1980.
- Schütz, W.J., Konzentration, in: P.Schiwy/W.J.Schütz (Hrsg.), Medienrecht, 82-91.
- ders., Pressestatistik, in: E.Dovifat (Hrsg.), Handbuch der Publizistik, Bd.III, Berlin 1969, 348-369.
- ders., Deutsche Tagespresse 1985, in: MP (1985), 497-520.

- Schulz, W., Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung, Freiburg/Brsg., München 1976.
- ders., Das Weltbild der Nachrichtenmedien, in: Politische Bildung 13 (1980), 33-45.
- Schuster, K./K.Hoffmann, Massenmedien und Verkündigung, in: Concilium 4 (1968), 220-225.
- Schwarzkopf, D., Gesucht: ein Gruppenbild in Grau. Die gesellschaftlich relevanten Kräfte und die Rundfunkkontrolle, in: Stimmen der Zeit 192.Bd., (1974), 363-374.
- Seibel, W., Kircheneigener Hörfunk?, in: Stimmen der Zeit 203.Bd. (1985), 73f.
- Seidel, N., Die finanzielle Situation der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in einer sich verändernden Medienlandschaft, in: RuF 33 (1985), 428-436.
- Seifert, J., Probleme der Parteien- und Verbandskontrolle von Rundfunk- und Fernsehanstalten, in: R.Zoll (Hrsg.), Manipulation der Meinungsbildung. Zum Problem hergestellter Öffentlichkeit, Opladen, 3.Aufl. 1974, 124-152.
- Sell, F.-W.v., Wirtschaftswerbung in den Öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und in den Neuen Medien, in: ARD-Jahrbuch 1984, Hamburg 1984, 88-92.
- Sepstrup, P., Grenzüberschreitendes Fernsehen in Europa. Wirtschaftliche Folgen und Aussichten für die Verbraucher, in: MP (1985), 99-110.
- Sethe, P., In Wasser geschrieben. Portraits, Profile, Prognosen, Frankfurt/M. 1968.
- Smend, R., Zum Problem des Öffentlichen und der Öffentlichkeit, in: ders., Staatsrechtliche Abhandlungen und andere Aufsätze, Berlin 1968, 462-474.
- Sontheimer, K., Zum Problem der gesellschaftlichen Kontrolle des Rundfunks und seiner Organisation, in: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (Hrsg.), Herrschaft, 48-77.
- Spoo, E., Arbeitsbedingungen im Journalismus. Journalistische Aufgabe und journalistische Arbeitswelt, in: RuF 29 (1981), 242-246.
- Stammler, D., Die Presse als soziale und verfassungsrechtliche Institution. Eine Untersuchung zur Pressefreiheit nach dem Bonner Grundgesetz, Berlin 1971.
- Stappers, J., Kabelfernsehen in den Niederlanden, in: U.Paetzold (Hrsg.), Kabelkommunikation, 68-78.

- Starck, Chr., Freiheit und Organisation. Rede gehalten am 10. April 1976 bei der Übernahme des Rektorats der Georg-August-Universität Göttingen, Tübingen 1976.
- ders., Rundfunkfreiheit als Organisationsproblem. Zur Zusammensetzung der Rundfunkgremien, Tübingen 1973.
- ders., Zusammensetzung der Rundfunkgremien und Rundfunkfreiheit. Gutachten, in: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (Hrsg.), Herrschaft, 15-47.
- Starkulla, H., Presse, Fernsehen und Demokratie. Der "Wettbewerb" der Medien als kommunikationspolitisches Problem, in: W.R. Langenbucher (Hrsg.), Theorie, 247-256.
- Stern, K./H. Bethge, Öffentlich-rechtlicher und privatrechtlicher Rundfunk. Frankfurt/M., Berlin 1971.
- Stock, M., Zur Theorie des Koordinationsrundfunks, Baden-Baden 1981.
- Stolte, D., Der Programmauftrag des Rundfunks, in: Stimmen der Zeit 198. Bd. (1980), 75-88.
- ders., Vielzahl bedeutet nicht Vielfalt, in: L. Franke (Hrsg.), Die Medienzukunft. 13 Beiträge nach der Sendereihe "Heidelberger Studio" des Süddeutschen Rundfunks, Frankfurt/M. 1983, 83-90.
- Straßner, E., Fernsehnachrichten. Eine Produktions-, Produkt- und Rezeptionsanalyse, Tübingen 1982.
- Strohm, Th., Die neuen Informations- und Kommunikationstechniken als sozioethische Herausforderung, in: Zeitschrift für Evangelische Ethik 30 (1986), 5-16.
- Struve, G., Auskunftspflicht der Behörden, in: P. Schiwy/W. J. Schütz (Hrsg.), Medienrecht, 18-21.
- Stuiber, H.-W., Zu den Funktionen der Massenkommunikation: Politische und soziale Orientierung als Grunddimension massenkommunikativer Leistung, in: M. Rühl/J. Walchshöfer (Hrsg.), Politik, 211-235.
- Sturm, H., Der Zuschauer als Manipulator, in: U. Saxer (Hrsg.), Fernsehen: Stichwort Objektivität, o.O., o.J. (Pressestelle des Fernsehens der deutschen und rätoromanischen Schweiz 1973), 95-105.
- dies., Emotionale Wirkungen - das Medienspezifische von Hörfunk und Fernsehen, in: Fernsehen und Bildung 12 (1978), 158-168.

- Sturm, H., Wahrnehmung und Fernsehen: die fehlende Halbssekunde. Plädoyer für eine zuschauerfreundliche Mediendramaturgie, in: MP (1984), 58-65.
- Süverkrübbe, R./S.Dienschel, Die Kapazitätssituation beim Kabelfernsehen, in: MP (1983), 546-550.
- Teichert, W., Die Region als publizistische Aufgabe. Ursachen - Fallstudien - Befunde, Hamburg 1982.
- ders., Von den Zwecken einer Fiktion: bürgerschaftlicher Rundfunk. Kritische Anmerkungen zur bundesdeutschen Lokalfunk-Euphorie, in: Medium 15 (1985), H. 4 + 5, 13-16.
- Thiele, R., Rundfunkversorgung durch Satelliten, in: MP (1984), 729-742.
- Thomas, M.W. (Hrsg.), Die Verteidigung der Rundfunkfreiheit, Reinbek 1979.
- Troeller, G., Objektivität: ein sinnloser Anspruch, in: G.Bentele/R.Ruoff (Hrsg.), Objektiv, 193-199.
- Trösser, M., Digitalisierte Verkündigung, recherchiert in Düsseldorf, in: Medium 12 (1982), H.7, 12-20.
- Uhl, B., Das Kabelfernsehen in den USA und in der Bundesrepublik Deutschland. Versuch einer Prognose, in: Stimmen der Zeit 203 Bd. (1985), 193-202.
- UNESCO, Declaration on Fundamental Principles concerning the Contribution of the Mass Media to Strengthening Peace and International Understanding, the Promotion of Human Rights and to Countering Racism, Apartheid and Incitement to War, in: CS 12 (1979), 59-64.
- Valerius, G., Deutscher Katholizismus und Lamennais. Die Auseinandersetzung in der katholischen Publizistik 1817-1854, Mainz 1983.
- Virt, G., Bausteine einer Ethik für Journalisten, in: Theologisch-Praktische Quartalschrift 128 (1980), 51-57.
- ders., Ethische Normierungen im Bereich der Medien, in: Handbuch der christlichen Ethik, Bd.3, Freiburg/Brsq. 1982, 546-556.
- Vogt, G.E., Kirche und Fernsehanstalten, Osnabrück 1978.
- Vollmer, G., Evolutionäre Erkenntnistheorie. Angeborene Erkenntnisstrukturen im Kontext von Biologie, Psychologie, Linguistik, Philosophie und Wissenschaftstheorie, Stuttgart 1975.
- Wagner, H., Die unverstandene Pressekonzentration, in: Stimmen der Zeit 186.Bd. (1970), 1-17.

- Wagner, H., Das Ende der katholischen Presse, 3 Bde., Aschaffenburg 1974.
- Wankell, S., Es tut sich was in der Provinz. Radioinitiativen treten gegen kommerziellen Rundfunk an, FK 33 (1985), Nr. 21, 3-6.
- Watzlawick, P., Wie wirklich ist die Wirklichkeit? Wahn, Täuschung, Verstehen, München, 7.Aufl. 1980.
- Weber, W., Innere Pressefreiheit als Verfassungsproblem, Berlin 1973.
- Weder, D.J., Die Dehnungsfähigkeit des Kabels - wirtschaftlich gesehen. Oder: Medienpolitik mit Gutachten, in: MP (1985), 175-180.
- ders., Finanzielle Grenzen der Verkabelung. Bundesrechnungshofbericht "zur Wirtschaftlichkeit öffentlicher Breitbandverteilnetze", in: MP (1984), 451-456.
- ders., Medienpolitische Unbequemlichkeiten von der Monopolkommission, in: MP (1984), 505-508.
- Weischenberg, S., Die elektronische Redaktion. Publizistische Folgen der Neuen Technik, München, New York 1978.
- ders., Investigativer Journalismus und "kapitalistischer Realismus". Zu den Strukturbedingungen eines anderen Paradigmas der Berichterstattung, in: RuF 31 (1983), 349-369.
- Weiß, O., Der Rückzug der Kirche ins selbstgewählte Getto, in: Orientierung 32 (1968), 261-265.
- Whitten, P., Kabelkommunikation in West-Europa 1984, in: MP (1984), 361-371.
- Wieland, D., Programmvielfalt auf einem liberalisierten deutschen Fernsehmarkt? Eine Studie der amerikanischen Literatur, in: EKM II, 217-246.
- Wiesand, A.J., "Free flow der Illusionen?" Kulturpolitische Aspekte des grenzüberschreitenden Rundfunks, in: MP (1981), 617-636.
- ders., Zum Pro und Contra der Auslandsquotierungen im Rundfunk, in: MP (1985), 191-213.
- Wildenmann, R./W.Kaltefleiter, Funktionen der Massenmedien, Frankfurt/M., Bonn 1965.
- Wilke, J., Leitideen in der Begründung der Pressefreiheit, in: Publizistik 28 (1983), 512-524.
- Wimmer, R., Universalisierung in der Ethik, Frankfurt/M. 1980.
- Winckler, K., USA. Analyse eines Unterhaltungsoligopols, Berlin 1984 (Kommerzielles Fernsehen in der Medienkonkurrenz, Bd.IV).

- Witte, E., Neue Fernsehnetze im Medienmarkt. Die Ammortisationsfähigkeit von Breitbandverteilungssystemen, Heidelberg 1984.
- ders., Ziele deutscher Medienpolitik, München 1982.
- ders./J.Senn, Zeitungen im Medienmarkt der Zukunft. Eine betriebswirtschaftliche Untersuchung, Stuttgart 1984.
- Wittig-Terhardt, M., Rundfunkrecht, in: P.Schiwy/W.J. Schütz (Hrsg.), Medienrecht, 157-168.
- Wittmann, H., Rundfunkfreiheit. Öffentlich-rechtliche Grundlagen des Rundfunks in Österreich, Wien, New York 1981.
- Wohlmuth, J., Konsens als Wahrheit?, in: Zeitschrift für katholische Theologie 103 (1981), 303-323.
- Wolz, D., Die Presse und die lokalen Mächte, Düsseldorf 1979.
- Wufka, E., Die verfassungsrechtlich-dogmatischen Grundlagen der Rundfunkfreiheit. Zugleich ein Beitrag zu Problemen der Rundfunkorganisation und Staatsaufsicht, Frankfurt/M., Berlin 1971.
- Wunden, W., Medienethik - Medienpädagogik, in: Zeitschrift für Evangelische Ethik 30 (1986), 61-73.
- ders., Vom Ethos des Rezipienten, in: CS 14 (1981), 15-22.
- Zahn, P.v., Nicht der Rundfunk ergreift Partei - die Partei ergreift den Rundfunk, in: RuF 29 (1981), 284-287.
- Zerduck, A., Ökonomische Interessen und Entwicklungslinien bei der Durchsetzung neuer Informations- und Kommunikationstechniken, in: RuF 30 (1982), 478-490.